

Analisis Pengaruh Green Marketing terhadap Niat Pembelian Konsumen (Studi pada Konsumen Produk Fesyen Sejauh Mata Memandang di Jabodetabek) = Analysis of the Effect of Green Marketing on Consumer Purchase Intention (Study on Consumers of Sejauh Mata Memandang Fashion Product in Jabodetabek)

Shania Salsabila, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20525087&lokasi=lokal>

Abstrak

Pemasaran hijau merupakan strategi pemasaran dengan pendekatan ramah lingkungan terhadap segala aspek kegiatan bisnis. Pertumbuhan eksponensial strategi pemasaran ini didasari oleh perubahan perilaku konsumsi masyarakat yang beralih untuk mengonsumsi produk ramah lingkungan. Sejauh Mata Memandang merupakan bisnis fesyen lokal yang telah menerapkan konsep pemasaran ini sejak pertama berdiri. Proses produksi dan kegiatan bisnis mereka secara keseluruhan membawa agenda pelestarian lingkungan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah strategi green marketing dapat berpengaruh terhadap niat pembelian konsumen. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, survei disebarikan kepada 153 responden yang mengetahui pemasaran hijau Sejauh Mata Memandang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan pemasaran hijau oleh Sejauh Mata Memandang terbukti berpengaruh secara positif terhadap niat pembelian konsumen.

.....Green marketing is a marketing strategy with an environmentally friendly approach to all aspects of business activities. The exponential growth of this marketing strategy is based on shift on people's consumption behaviour who choose to consume environmentally friendly products. Sejauh Mata Memandang is a local fashion business that has implemented this marketing concept since its establishment. Their production processes and business activities as a whole carry an environmental preservation agenda. This study was conducted to determine whether the green marketing strategy can affect consumer purchase intentions. Using a quantitative approach, the survey was distributed to 153 respondents who know green marketing by Sejauh Mata Memandang. The result of the study indicates that the application of green marketing by Sejauh Mata Memandang is proven to have a positive effect on consumers' purchase intentions.