



**PENGARUH GREEN MARKETING MELALUI MEDIA EMAIL
TERDAHAP MINAT BELI TUMBLER
OLEH KARYAWAN PT. ACE HARDWARE INDONESIA**

(Survey Pada Divisi Merchandising di Kantor Pusat PT ACE Hardware Indonesia kembangan, Jakarta Barat)

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar
Sarjana Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi Digital Advertising and
Marketing Communication

Disusun Oleh:

M. Syailendra Kurniawan

44316110065

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2020**



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Digital Advertising and Marketing Communication
Muhamad Syailendra Kurniawan
44316110065

Pengaruh Green Marketing Melalui Media Email Terhadap Minat Beli Tumbler Oleh Karyawan PT. ACE Hardware Indonesia (Survey Pada Divisi Merchandising Di Kantor Pusat PT ACE Hardware Indonesia Kembangan, Jakarta Barat)

Jumlah Halaman: V + 89 Halaman + 12 Lampiran

Bibliografi: 5 Bab 89 hal + 16 buku + 9 jurnal + 3 Internet

ABSTRAK

Isu mengenai lingkungan hidup menjadi masalah yang sedang disoroti masyarakat pada saat ini, khususnya isu sampah plastik yang semakin menjadi masalah besar di Indonesia. Dari sampah-sampah plastik itu, botol air minuman kemasan menjadi salah satu penyumbang terbesar dan tidak hanya itu botol air minum plastik menjadi limbah dengan waktu penguraian yang paling lama. Saat ini pelaku bisnis telah mulai melakukan sebuah Pemasaran yang berbasis pada kelestarian lingkungan atau Green Marketing. Green marketing mengintegrasikan aktivitas yang luas, termasuk didalamnya adalah modifikasi produk, perubahan pada proses produksi, perubahan kemasan, hingga perubahan pada periklanannya. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Green Marketing terhadap minat beli Tumbler oleh Karyawan PT. ACE Hardware Indonesia yang dikirimkan melalui media email. Responden yang menjadi penelitian ini adalah Karyawan pada Divisi Merchandising dimana dari jumlah 180, dengan teknik penarikan sampel probability sampling yang diambil adalah 64 responden dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan besarnya pengaruh Green Marketing terhadap minat beli Tumbler sebesar 44,1%, sedangkan sisanya 55,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak ada dalam penelitian ini. Antara Green Marketing dan minat beli tumbler memiliki korelasi tingkat yang kuat dan arah yang positif, hal ini dilihat dari nilai koefisien relasi (R) didapat sebesar 0,664. Terdapat pengaruh Green Marketing terhadap minat beli tumbler oleh karyawan PT. ACE Hardware Indonesia di Divisi Merchandising, hal ini terbukti T-hitung sebesar 6.999 yang lebih besar dari T-tabel (6,999 >1,699) dan signifikansi 0,000 < 0,05.

Key : Green Marketing, Minat Beli, Karyawan Divisi Merchandising



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Mercu Buana University

faculty of Communication

Field of Study Digital Advertising and Marketing Communication

Muhamad Syailendra Kurniawan

44316110065

The Influence of Green Marketing Through Email Media Has Embraced Interest in Buying Tumblers by Employees of PT. ACE Hardware Indonesia (Survey on the Merchandising Division at the Head Office of PT ACE Hardware Indonesia Kembangan, West Jakarta)

Number of Pages: V + 89 Pages + 12 Attachments

Bibliography: 5 Chapters 89 pages + 16 books + 9 journals + 3 Internet

ABSTRACT

The issue of the environment is a problem that is being highlighted by the community at this time, especially the issue of plastic waste which is increasingly becoming a big problem in Indonesia. Of the plastic waste, bottled drinking water bottles are one of the biggest contributors and not only that, plastic drinking water bottles become waste with the longest decomposition time. Currently, business people have started doing a marketing based on environmental sustainability or Green Marketing. Green marketing integrates a wide range of activities, including product modification, changes in production processes, changes in packaging, and changes in advertising. The purpose of this study is to determine how much influence Green Marketing has on the intention to buy Tumbler by employees of PT. ACE Hardware Indonesia sent via email. Respondents who became this study were employees of the Merchandising Division where out of 180, with probability sampling techniques taken were 64 respondents with a quantitative approach. The results of this study indicate the magnitude of the influence of Green Marketing on Tumbler buying interest is 44.1%, while the remaining 55.9% is influenced by other factors not present in this study. Between Green Marketing and the tumbler's buying interest has a strong correlation level and a positive direction, this can be seen from the value of the relation coefficient (R) obtained of 0.664. There is an effect of Green Marketing on tumbler buying interest by employees of PT. ACE Hardware Indonesia in the Merchandising Division, this is proven that the T-count is 6,999 which is greater than the T-table ($6.999 > 1.699$) and the significance is $0.000 < 0.05$.

Key: Green Marketing, Purchase Interest, Merchandising Division Employees

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhamad Syailendra Kurniawan

NIM : 44316110065

Program Studi : Studi Digital Advertising and Marketing Communication S1

Alamat : Perumahan Taman Kedaung Jl. Melati 8 Blok A9 No.18,
Kedaung Pamulang, Tangerang Selatan

No. HP : 081318515598

Menyatakan bahwa skripsi ini yang berjudul: **PENGARUH GREEN MARKETING MELALUI MEDIA EMAIL TERDAHAP MINAT BELI TUMBLER OLEH KARYAWAN PT. ACE HARDWARE INDONESIA (Survey Pada Divisi Merchandising di Kantor Pusat PT ACE Hardware Indonesia kembangan, Jakarta Barat)** adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat,

Jakarta, Juli 2020



Muhamad Syailendra Kurniawan
44316110065



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Digital Advertising and Marketing Communication

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Muhamad Syailendra Kurniawan
NIM : 44316110065
Bidang Studi : Digital Advertising and Marketing Communication S1
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul : **PENGARUH GREEN MARKETING MELALUI MEDIA EMAIL TERDAHAP MINAT BELI TUMBLER OLEH KARYAWAN PT. ACE HARDWARE INDONESIA (Survey Pada Divisi Merchandising di Kantor Pusat PT ACE Hardware Indonesia kembangan, Jakarta Barat)**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Juli 2020
Mengetahui,
Pembimbing

(Muhammad Didi Ahmadi, S.Pd,M.Ikom)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Digital Advertising and Marketing Communication

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Muhamad Syailendra Kurniawan
NIM : 44316110065
Bidang Studi : Digital Advertising and Marketing Communication S1
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul : **PENGARUH GREEN MARKETING MELALUI MEDIA EMAIL TERDAHAP MINAT BELI TUMBLER OLEH KARYAWAN PT. ACE HARDWARE INDONESIA (Survey Pada Divisi Merchandising di Kantor Pusat PT ACE Hardware Indonesia kembangan, Jakarta Barat)**

UNIVERSITAS

Jakarta, Agustus 2020

MENGETAHUI,
MERCU BUANA

Ketua Sidang,

Dadan Iskandar, M.Si

()

Penguji Ahli,

Kurniawan P, M.Ikom

()

Pembimbing,

Muhamad Didi Ahmadi, M. Ikom

()



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Digital Advertising and Marketing Communication

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Muhamad Syailendra Kurniawan
NIM : 44316110065
Bidang Studi : Digital Advertising and Marketing Communication S1
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Judul : **PENGARUH GREEN MARKETING MELALUI MEDIA EMAIL TERDAHAP MINAT BELI TUMBLER OLEH KARYAWAN PT. ACE HARDWARE INDONESIA (Survey Pada Divisi Merchandising di Kantor Pusat PT ACE Hardware Indonesia kembangan, Jakarta Barat)**

Jakarta, Juli 2020

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

Ketua Bidang Studi

UNIVERSITAS Digital Advertising & Marketing Communication

MERCU BUANA

(Muhamad Didi Ahmadi, M. Ikom)

(Yuni Tresnawati, M.Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Ponco Budi Sulistyono, Ph.D)

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul pengaruh green marketing melalui media email terhadap minat beli tumbler Oleh karyawan pt. Ace hardware indonesia (survey pada divisi merchandising di kantor pusat pt ace hardware indonesia kembangan, jakarta barat) Tahun 2020.

Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Marcomm & Advertising Fakultas Komunikasi Universitas Mercu Buana. Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penulisan ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Muhammad Didi Ahmadi, S.Pd,M.Ikom selaku dosen pembimbing, yang selalu memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan laporan penelitian, sehingga peneliti dapat menyelesaikan hasil penelitian dengan baik.
2. Bapak Ponco Budi Sulistyono, M.comn, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Ibu Yuni Tresnawati, S.Sos, M.Ikom selaku ketua Bidang Studi Digital Advertising and Marketing Communication yang selalu memberikan kemudahan dan motivasi agar semangat menyelesaikan skripsi ini.
5. Teman-teman yaitu Warkop Family yang telah memahami dan pengertian untuk selalu direpotkan dan membantu.

6. Teruntuk ibunda tercinta Ibu Mardianah (almh) dan ayahanda tercinta Bapak M. Kurnain (alm) atas dukungan dan doa yang tiada hentinya. Peneliti menyadari bahwa laporan penelitian ini jauh dari sempurna, untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun, guna perbaikan dalam karya selanjutnya, Akhir kata, semoga laporan penelitian ini bermanfaat bagi peneliti dan pembaca.

Jakarta, 15 Juli 2020

Muhamad Syailendra Kurniawan



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	v
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.4.1. Manfaat Teoritis	9
1.4.2. Manfaat Praktis.....	9
1.4.3. Manfaat Sosial.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Penelitian Terdahulu	10
2.2. Kajian Teoritis.....	19
2.3. Definisi Green Marketing	19
2.4. Green Marketing Mix.....	21
2.5. Green Advertising	22
2.6. Sosial Marketing	24
2.7. Teori Grant	26
2.8. E-Marketing	28
2.9. Email	29
2.10. Minat Beli	31
2.11. Hipotesis Teori	34
BAB II METODE PENELITIAN.....	36

3.1.	Paradigma Penelitian.....	36
3.2.	Metode Penelitian.....	38
3.3.	Populasi dan Sampel	39
3.3.1.	Populasi.....	39
3.3.2.	Sample.....	40
3.3.3.	Tehnik penarikan sample	41
3.4.	Definisi konsep dan Operasional Konsep	42
3.4.1.	Definisi Konsep.....	42
3.4.2.	Operasional Konsep	43
3.5.	Tehnik Pengumpulan Data	45
3.5.1.	Jenis dan Sumber Data	45
3.6.	Tehnik Anallisa Data.....	47
3.6.1.	Uji Validitas	47
3.6.2.	Uji Realibilitas	50
3.6.3.	Analisis Regresi Linear Sederhana	51
3.6.4.	Uji Hipotesis (Uji t).....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		53
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	53
4.1.1	Visi dan Misi Perusahaan.....	54
4.1.2	Struktur Manajement PT. ACE Hardware Indonesia.,tbk.....	55
4.1.3	Green Marketing (Green Office).....	56
4.2.	Hasil Penelitian.....	57
4.2.1.	Profil Responden.....	57
4.2.2.	Hasil Analisi Variable X Green Marketing.....	59
4.2.3.	Hasil Analisi Variable Y Minat Beli.....	67
4.2.4.	Hasil Analisis	75
4.3.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	82
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		87
5.1.	Simpulan.....	87
5.2.	Saran	88
5.2.1.	Saran Akademis	88
5.2.2.	Saran Praktis	88
DAFTAR PUSTAKA		90
LAMPIRAN.....		93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 1 Tahapan Minat Beli	33
Gambar 2 2 Hipotesis Teori	35
Gambar 4 1 Struktur Organisasi.....	55
Gambar 4 2 Poster Green Marketing	56



DAFTAR TABEL

TABEL 2 1 Penelitian Terdahulu	15
TABEL 3 1 Operasionalisasi Konsep	43
TABEL 3 2 Skala Pengukuran (Likert)	46
TABEL 3 3 Hasil Uji Validitas Variable X Green Marketing.....	48
TABEL 3 4 Hasil Uji Validitas Variable Y Minat Beli	49
TABEL 3 5 (Variable X) Reliability Statistics	51
TABEL 3 6 (Variable Y) Reliability.....	51
Tabel 4 1 Jenis Kelamin Responden	57
Tabel 4 2 Data Umur Responden	58
Tabel 4 3 Apakah Anda Pernah Melihat Email Tentang Green Marketing.....	58
Tabel 4 4 Tumbler Yang Bagus Tidak Menyebabkan Efek Samping Jika Digunakan Oleh Manusia.....	59
Tabel 4 5 Material Tumbler Yang Bagus Dapat Digunakan Untuk Hangat Atau Air Panas	60
Tabel 4 6 Tumbler Yang Bagus Dapat Didaur Ulang.....	60
Tabel 4 7 Tumbler Yang Bagus Dapat Dipakai Dalam Waktu Yang Lama.....	61
Tabel 4 8 Harga Tumbler Yang Kompetitif Dengan Dikisaran Dibawah Rp100,000.....	61
Tabel 4 9 Tumbler Dengan Harga Dibawah Rp100,000 Harus Berkualitas Bagus	62
Tabel 4 10 Tumbler Harus Memiliki Design Atau Bentuk Yang Menarik.....	63
Tabel 4 11 Stok Tumbler Yang Diinginkan / Dibeli Harus Selalu Tersedia	63
Tabel 4 12 Tumbler Dapat Diperoleh Dari Offline Atau Online Market	64
Tabel 4 13 Jika Dibeli Dari Online Pengiriman Harus Cepat Sampai Ditangan Pembeli.....	64

Tabel 4 14 Promosi Yang Baik Dilakukan Melalui Media Online.....	65
Tabel 4 15 Green Marketing (Green Office) Program Yang Baik Dalam Meningkatkan Kepedulian Terhadap Lingkungan.....	66
Tabel 4 16 Isi Konten Dan Design Green Marketing (Green Office) Sangat Menarik Dan Mudah Dipahami	66
Tabel 4 17 Anda Tertarik Untuk Membawa Tumbler Ke Kantor.....	67
Tabel 4 18 Anda Tertarik Untuk Mencari Informasi Tentang Material Tumbler .	68
Tabel 4 19 Jika Harga Tumbler Terjangkau Dan Berkualitas Bagus Anda Tertarik Untuk Membeli Tumbler.....	68
Tabel 4 20 Online Shop Memudahkan Anda Dalam Rencana Membeli Tumbler	69
Tabel 4 21 Anda Merekomendasikan Tumbler Kepada Orang Lain	69
Tabel 4 22 Anda Mengajak Orang Lain Untuk Menggunakan / Membawa Tumbler Pribadi	70
Tabel 4 23 Anda Memberikan Informasi Tentang Green Marketing (Green Office) Kepada Orang Lain.....	71
Tabel 4 24 Anda Tidak Akan Menggunakan Botol Kemasan Sekali Pakai Lagi	71
Tabel 4 25 Anda Sudah Puas Dengan Kualitas Tumbler Anda Saat Ini.....	72
Tabel 4 26 Membawa Tumbler Adalah Kebiasaan Atau Gaya Hidup Yang Baik	72
Tabel 4 27 Anda Pernah Melakukan Pencarian Ulang Tentang Email Green Marketing (Green Office)	73
Tabel 4 28 Anda Memahami Green Marketing (Green Office) Dengan Baik.....	73
Tabel 4 29 Anda Pernah Mencari Informasi Tentang Manfaat Tumbler.....	74
Tabel 4 30 Mean Variable X.....	75
Tabel 4 31 Mean Variable Y	76
Tabel 4 32 Correlations.....	77
Tabel 4 33 Tabel Koefisien Korelasi R.....	77

Tabel 4 34 Model Summary.....	78
Tabel 4 35 Anova / F-Test	79
Tabel 4 36 Coefficientsa	80
Tabel 4 37 Coefficientsa Uji T.....	81

