

**PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN GAYA HIDUP  
TERHADAP MINAT BELI AIR MINERAL ADES  
PADA MILENIAL DAN GENERASI Z  
DI SURABAYA**

**SKRIPSI**



**Diajukan Oleh :**

**ABID ABHIRAMA  
19012010114/FEB/EM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**

**JAWA TIMUR**

**2023**

**PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN GAYA HIDUP  
TERHADAP MINAT BELI AIR MINERAL ADES  
PADA MILENIAL DAN GENERASI Z  
DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen



Diajukan oleh:

**ABID ABHIRAMA**  
19012010114/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**

**JAWA TIMUR**

**2023**

**SKRIPSI**  
**PENGARUH GREEN MARKETING DAN GAYA HIDUP**  
**TERHADAP MINAT BELI AIR MINERAL ADES**  
**PADA MILENIAL DAN GENERASI Z**  
**DI SURABAYA**

Disusun Oleh :

**ABID ABHIRAMA**  
**19012010114/FEB/EM**

Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi  
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan  
Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal : 18 Agustus 2023


**Koordinator Program Studi Manajemen**  
**Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Pembimbing Utama**

  
**Dra. Ec. Nurjanti Takarini, M.Si.**  
**NIP. 196508141991032001**

  
**Dra. Ec. Nuruni Ika K W, M.M.**  
**NIP.196310091991032001**

**Pembimbing pendamping**

  
**Egan Evanzha Yudha A, SMN., MM**  
**NIP. 17119890430051**

**Mengetahui,**  
**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**  
**Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

22 AUG 2023

  
  
**Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CFP**  
**NIP.196304201991032001**



**SURAT PERNYATAAN  
ORISINALITAS KARYA**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Abid Abhirama  
NPM : 19012010114  
NIK : 3517020409010002  
Tempat/Tanggal Lahir : Jombang/04-09-2001  
Alamat : Dusun Tukangan RT04/RW01, Desa Gudo,  
Kec.Gudo, Kab.Jombang.  
Judul Artikel : PENGARUH GREEN MARKETING DAN GAYA  
HIDUP TERHADAP MINAT BELI AIR  
MINERAL ADES PADA MILENIAL DAN  
GENERASI Z DI SURABAYA

Saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil dari pemikiran sendiri, serta bukan dari saduran/terjemahan/plagiarisme.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur paksaan dari siapapun. Jika di kemudian hari terbukti ada unsur plagiarisme maka kelulusan akan dibatalkan, saya bersedia dibataalkannya gelar akademik yang telah saya raih.

Surabaya, 18 Agustus 2023

Yang Menyatakan,



(Abid Abhirama)

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas Berkat dan Rahmat atas karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI AIR MINERAL ADES PADA MILENIAL DAN GEN Z DI SURABAYA”. Adapun penyusunan Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam penyusunan skripsi ini mendapat bantuan dari berbagai pihak baik secara moril maupun materiil. Sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat saya mengucapkan terima kasih yang sebanyak – banyaknya khususnya kepada:

1. Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah yang tiada terbatas dan kepada Rasulullah SAW yang telah memberikan tuntunan akhlak yang mulia.
2. Bapak Prof. Ir. Akhmad Fauzi, MMT selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dra. Ec. Nurjanti Takarini, M.Si. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

5. Ibu Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma W, M.M. selaku dosen pembimbing 1 yang telah meluangkan waktu untuk memberikan masukan, arahan dan motivasi dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak Egan Evanzha Yudha Amriel, SMN., MM. selaku dosen pembimbing 2 yang telah meluangkan waktu untuk memberikan masukan, arahan dan motivasi dalam proses penyelesaian skripsi ini.
7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu selama menempuh pendidikan di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
8. Seluruh staf perpustakaan dan staf karyawan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan pelayanan dan membantu kelancaran proses penyusunan skripsi ini.
9. Hera Setianawati yang sudah membantu dan memberikan dukungan kepada saya untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
10. Serta seluruh teman – teman saya selama masa perkuliahan.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Surabaya, 18 Agustus 2023

Abid Abhirama

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori .....	15
2.2.1 Pemasaran .....	15
2.2.2 Green marketing.....	16
2.2.3 Gaya Hidup .....	22
2.2.4 Minat Beli .....	23
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	25
2.3.1 Pengaruh <i>Green marketing</i> Terhadap Minat Beli .....	25
2.3.2 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli.....	26
2.4 Kerangka Konseptual .....	27
2.5 Hipotesis .....	27
BAB III METODE PENELITIAN .....	28
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	28
3.1.1 Variabel Independen (X).....	28
3.1.2 Variabel Dependen.....	31
3.1.3 Pengukuran Variable.....	32
3.2 Teknik Penentuan Sampel .....	33

3.2.1	Populasi.....	33
3.2.2	Sampel.....	33
3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.3.1	Jenis Data .....	34
3.3.2	Metode Pengumpulan Data .....	35
3.4	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	35
3.4.1	Uji Validitas .....	35
3.4.2	Uji Reliabilitas .....	36
3.5	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	36
3.5.1	Teknik Analisis Data.....	36
3.5.2	Model Indikator Refleksif.....	37
3.5.3	Cara Kerja PLS .....	40
3.5.4	Langkah-langkah PLS.....	40
3.5.5	Asumsi PLS.....	47
3.5.6	Ukuran Sampel.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN .....		48
4.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	48
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian .....	49
4.2.1	Karakteristik Responden .....	49
4.3	Deskripsi Hasil Variabel.....	52
4.3.1	<i>Green marketing</i> (X1).....	52
4.3.2	Gaya Hidup (X2).....	55
4.3.3	Minat Beli (Y).....	57
4.4	Analisis Data .....	59
4.4.1	Evaluasi Outlier.....	59
4.4.2	Pengujian Outer Model (Model Pengukuran dan Validitas).....	60
4.5	Pembahasan .....	71



4.5.1 Pengaruh <i>Green marketing</i> Terhadap Minat Beli .....	71
4.5.2 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli.....	71
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>73</b>
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran.....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>75</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Survey gen z & milenial terhadap kesadaran lingkungan.....	9
Tabel 4. 1 Hasil jawaban responden <i>Green marketing</i> (X1) .....	52
Tabel 4. 2 Hasil Jawaban Responden Gaya Hidup (X2).....	55
Tabel 4. 3 Hasil Jawaban Responden Minat Beli (Y).....	57
Tabel 4. 4 Hasil uji outlier .....	59
Tabel 4. 5 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values) antara dimensi dengan variabel.....	60
Tabel 4. 6 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values) .....	62
Tabel 4. 8 Cross Loading .....	64
Tabel 4. 9 Average variance extracted (AVE).....	65
Tabel 4. 10 Composite Reliability .....	66
Tabel 4. 11 Latent Variable Correlations.....	66
Tabel 4. 12 R Square.....	69
Tabel 4. 13 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values) .....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data timbulan sampah tahunan oleh Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) .....	2
Gambar 1. 2 Produk air mineral ades dan billboard ades.....	5
Gambar 1. 3 Profil air mineral Ades .....	6
Gambar 1. 4 Survey katadata .....	7
Gambar 2. 1 Kerangka konseptual .....	27
Gambar 3. 1 Model indikator reflektif .....	38
Gambar 3. 2 Model Indikator Formatif.....	39
Gambar 3. 3 Diagram jalur .....	42
Gambar 4. 1 karakteristik responden berdasarkan Generasi .....	49
Gambar 4. 2 Karakteristik responden yang merupakan konsumen air mineral kemasan.....	50
Gambar 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	51
Gambar 4. 4 Outer Model dengan factor loading,Path Coefficient dan R-Square	68
Gambar 4. 5 Inner Model dengan nilai signifikansi T-Statistic Bootstraping .....	70

## ABSTRAK

### PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI AIR MINERAL ADES PADA MILENIAL DAN GENERASI Z DI SURABAYA

OLEH:

**ABID ABHIRAMA**  
**19012010114/FEB/EM**

Meningkat pencemaran lingkungan menjadi kendala bagi para produsen air mineral kemasan yang menyebabkan penurunan minat beli. Salah satu merek air minum dalam kemasan yang terdampak adalah Ades. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *green marketing* dan gaya hidup terhadap minat beli air mineral Ades pada milenial dan generasi z di Surabaya dengan sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan purposive sampling. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah (PLS) dengan uji validitas, uji reliabilitas dan uji hipotesis.

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 112 responden, *green marketing* dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan hasil menunjukkan bahwa: (1) Dimensi *Green Promotion* memiliki pengaruh paling tinggi dari *Green Marketing* terhadap minat beli konsumen. (2) sedangkan indikator dari variabel Gaya Hidup yang paling berpengaruh adalah Minat/Interest.

**Kata Kunci:** *Green marketing*, Gaya Hidup, Minat Beli