

**ANALISIS *GREEN PRODUCT*, *GREEN PRICE* DAN *GREEN PLACE*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH DIGREEN  
SAVANA DI GRESIK**

**SKRIPSI**



Oleh :

**ALIFIAN YUMNA RIZWANDHA**  
**17012010193 / EM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS  
PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR  
2024**

**ANALISIS *GREEN PRODUCT*, *GREEN PRICE* DAN *GREEN PLACE*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH DIGREEN  
SAVANA DI GRESIK**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Universitas Pembangunan Nasional  
“Veteran” Jawa Timur Untuk Menyusun  
Skripsi S- 1 Proram Studi Manajemen**



Oleh :

**ALIFIAN YUMNA RIZWANDHA  
17012010193 / EM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS  
PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”  
JAWA TIMUR  
2024**

SKRIPSI

**ANALISIS GREEN PRODUCT, GREEN PRICE DAN GREEN PLACE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH DI GREEN SAVANA DI GRESIK**


Disusun Oleh :

**ALIFIAN YUMNA  
RIZWANDHA  
17012010193 / 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 : 17 Mei 2024


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

**Pembimbing Utama**

  
**Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si  
NIP. 196901132021212003**

  
**Dra. Ec. Nurani Ika Kusuma W, MM  
NIP. 196310091991032001**

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

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

SKRIPSI

*ANALISIS GREEN PRODUCT, GREEN PRICE DAN GREEN PLACE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH DI GREEN SAVANA DI GRESIK*

Disusun Oleh :

ALIFIAN YUMNA

RIZWANDHA

17012010193 / 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 : 17 Mei 2024

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

**Pembimbing Utama**

**Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si**  
**NIP. 196901132021212003**

**Dra.Ec.Nuruni Ika Kusuma W, MM**  
**NIP. 196310091991032001**

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan  
Nasional “Veteran” Jawa Timur

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

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : ALIFIAN YUMNA RIZWANDHA  
N P M : 17012010193  
N I K : 3578311509990002  
Tempat / Tgl Lahir : SURABAYA/15-09-1999  
Alamat Rumah : JALAN SAMBIROTO IV C / 27  
Judul Artikel : ANALISIS GREEN PRODUCT, GREEN PRICE DAN  
GREEN PLACE TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN DI GREEN SAVANA DI GRESIK

Saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil pemikiran saya sendiri dan bukan dari saduran / terjemahan / plagiarisme  
Demikian surat pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun. Apabila dikemudian hari terbukti ada unsur plagiarisme, maka saya bersedia apabila kelulusan dan gelar akademik yang sudah saya raih dibatalkan.

Surabaya, 12 Mei 2024



Alifian Yumna Rizwandha  
17012010193

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis *Green Product, Green Price dan Green Place Terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Green Savana di Gresik***” dengan baik.

Banyak pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini baik secara moril maupun spiritual maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Akhmad Fauzi, M. MT., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CFP., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma W, MM. sebagai Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan perhatiannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan tesis ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah mendidik dan membekali ilmu pengetahuan.
5. Kedua orang tua saya yang tercinta atas perhatian, doa, dukungan, pengorbanan, serta cinta dan kasih sayang beliau yang tiada terputus.

6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus ikhlas memberikan doa dan dukungan hingga dapat terselesaikannya tesis ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan menyempurnakan penulisan tesis ini serta bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan bagi penelitian selanjutnya.

Penulis,

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1 Peneliti Terdahulu .....	11
2.2. Landasan Teori.....	13
2.2.1. Pemasaran .....	13
2.2.2. Konsep Pemasaran.....	14
2.2.3. Bauran Pemasaran .....	15
2.2.4. Green Product.....	17
2.2.5. Green Price .....	20
2.2.6. Green Place .....	23
2.2.7. Keputusan Pembelian .....	25



2.2.8. Pengaruh Green Product terhadap Keputusan Pembelian .....	32
2.2.9. Pengaruh Green Price terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.2.10. Pengaruh Green Place terhadap Keputusan Pembelian .....	34
2.3 Kerangka Konseptual.....	34
2.4 Hipotesis .....	34
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	36
3.2. Teknik Penentuan Sampel .....	40
3.3. Teknik Pengambilan Data .....	41
3.4. Metode Analisis Data.....	42
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian .....	48
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian.....	49
4.3. Deskripsi Hasil Analisis dan Uji Hipotesis.....	55
4.3.1. Pengujian Model.....	55
4.3.2. Uji Validitas .....	57
4.3.3. Uji Reliabilitas.....	58
4.3.4. Latent Variable Correlations .....	58
4.3.5. Inner Model.....	60
4.4. Pembahasan .....	62

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>67</b>
5.1. Kesimpulan.....	67
5.2. Saran.....	67

## **DAFTAR PUSTAKA**

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Data Jenis Kelamin Responden.....	49
Tabel 4.2 Identitas Responden Menurut Pekerjaan .....	50
Tabel 4.3. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Green product .....	50
Tabel 4.4. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Green price .....	51
Tabel 4.5. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Green Place.....	52
Tabel 4.6. Hasil Jawaban Responden Mengenai Keputusan pembelian .....	54
Tabel 4.7. Nilai Outer Loading.....	56
Tabel 4.8 Average Variance Extracted (AVE).....	57
Tabel 4.9. Reliabilitas Data .....	58
Tabel 4.10 Latent Variable Correlations .....	58
Tabel 4.11. R-Square .....	61
Tabel 4.12 Result For Inner Weights.....	61

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	28
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	44
Gambar 4.2. Model PLS.....	60

**ANALISIS GREEN PRODUCT, GREEN PRICE DAN GREEN PLACE  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH DI  
GREEN SAVANA DI GRESIK**

**Alifian Yumna Rizwandha**  
Program Studi Manajemen UPN Veteran Jawa Timur

**ABSTRACT**

*Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Green Product, Green Price dan Green Place terhadap keputusan pembelian konsumen rumah di Green Savana Gresik.*

*Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang sudah membeli rumah di perumahan Green Savana dengan jumlah sampel yang digunakan 70 responden yang sudah membeli rumah di perumahan Green Savana. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Partial Least Square (PLS).*

*Berdasarkan hasil analisis dan permasalahan penelitian ini disimpulkan sebagai berikut : 1. Semakin baik green product mampu meningkatkan keputusan pembelian rumah di Green Savana. Semakin tinggi green price mampu meningkatkan keputusan pembelian rumah di Green Savana. Semakin green place mampu meningkatkan keputusan pembelian rumah di Green Savana.*

*Kata kunci : Green Product, Green Price Green Place dan keputusan pembelian*