

**PENGARUH *GREEN MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PEGAWAI PT. BUKIT ASAM, Tbk.**



TESIS

**TRY ARMEIDI
MANAJEMEN PEMASARAN
24251012P**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN – S2
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS BINA DARMA
PALEMBANG
2025**

PENGARUH *GREEN MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN

PEMBELIAN PEGAWAI PT. BUKIT ASAM, Tbk.



**Tesis ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar**

MAGISTER MANAJEMEN

TRY ARMEIDI

MANAJEMEN PEMASARAN

24251012P

PROGRAM STUDI MANAJEMEN – S2

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS BINA DARMA

PALEMBANG

2025

Halaman Pengesahan Pembimbing Tesis

**Judul Tesis: PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PEGAWAI PT BUKIT ASAM, Tbk**

Oleh TRY ARMEIDI NIM 24251012P , Tesis ini telah disetujui dan disahkan oleh Pembimbing Program Studi Manajemen-S2 konsentrasi MANAJEMEN PEMASARAN, Program Pascasarjana Universitas Bina Darma pada 21 Agustus 2025 dan telah dinyatakan LULUS.

Palembang, 21 Agustus 2025
Mengetahui,
Program Studi Manajemen- S2
Universitas Bina Darma
Ketua,

Universitas Bina Darma
Magister Manajemen

Dr. Sulaiman Helmi, S.E., M.M.

Pembimbing,



Dr. Trisninawati, S.E., M.M.

Halaman Pengesahan Penguji Tesis

Judul Tesis: PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PEGAWAI PT. BUKIT ASAM, Tbk

Oleh TRY ARMEIDI NIM 24251012P , Tesis ini telah disetujui dan disahkan oleh Tim Penguji Program Studi Manajemen – S2 konsentrasi MANAJEMEN PEMASARAN , Program Pascasarjana Universitas Bina Darma pada 21 Agustus 2025 dan telah dinyatakan LULUS.

Palembang, 21 Agustus 2025
Mengetahui,
Program Pascasarjana
Universitas Bina Darma
Direktur,



Prof. Dr. Ir. Achmad Syarifudin, M.Sc.

Penguji I,

Dr. Trisnawati, S.E., M.M.

Penguji II,

Dr. Sulaiman Helmi, S.E., M.M.

Penguji III,

Dr. Dewi Sartika, S.E., M.Si., Ak.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : TRY ARMEIDI

NIM : 24251012P

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis Saya (Tesis) ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik (Magister) di Universitas Bina Darma;
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian Saya sendiri dengan arahan tim pembimbing;
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dikutip dengan mencantumkan nama pengarang dan memasukkan ke dalam daftar pustaka;
4. Karena yakin dengan keaslian karya tulis ini, Saya menyatakan bersedia Tesis yang Saya hasilkan di unggah ke internet;
5. Surat Pernyataan ini Saya tulis dengan sungguh-sungguh dan apabila terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka Saya bersedia menerima sanksi dengan aturan yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, 27 September 2025
Yang Membuat Pernyataan,



TRY ARMEIDI
NIM: 24251012P

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Green Marketing* terhadap keputusan pembelian pegawai PT Bukit Asam, Tbk. Objek penelitian di PT. Bukit Asam, Tbk. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, dengan populasi sebesar 103 dan sampel sebanyak 103 dengan penentuan sampel menggunakan sampel jenuh, dengan teknik analisis Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS). Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan konsumen aktif pada objek penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya *Green Product* yang berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian, sementara *Green Price*, *Green place*, dan *Green Promotion* tidak berpengaruh signifikan. Hal ini menegaskan bahwa kualitas dan atribut ramah lingkungan pada produk menjadi faktor utama dalam mendorong keputusan pembelian, sedangkan harga, distribusi, dan promosi ramah lingkungan belum mampu memberikan pengaruh yang kuat.

Kata Kunci: *Green Marketing, Green Product Green Price, Green place, Green Promotion, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Green Marketing on purchasing decisions of PT Bukit Asam, Tbk. employees. The research object is PT Bukit Asam, Tbk. The research method used is a quantitative approach, with a population of 103 and a sample of 103, determined using saturated sampling, using Structural Equation Modeling (SEM) analysis techniques based on Partial Least Squares (PLS). Data were collected through questionnaires distributed to respondents who were active consumers of the research object. The results show that only Green Product has a significant and positive influence on purchasing decisions, while Green Price, Green place, and Green Promotion have no significant influence. This confirms that quality and environmentally friendly attributes of the product are the main factors driving purchasing decisions, while price, distribution, and environmentally friendly Promotion have not been able to exert a strong influence.

Keywords : *Green Marketing, Green Product, Green Price, Green place, Green Promotion, Purchasing Decisions*

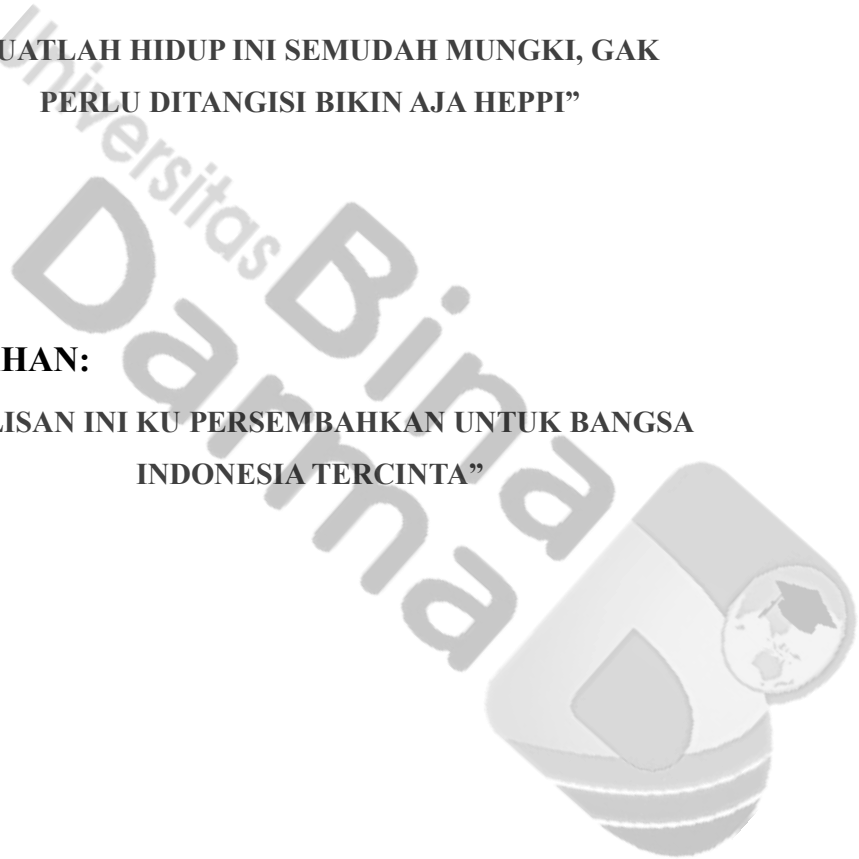
MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

**“BUATLAH HIDUP INI SEMUDAH MUNGKI, GAK
PERLU DITANGISI BIKIN AJA HEPPPI”**

PERSEMBAHAN:

**“TULISAN INI KU PERSEMBAHKAN UNTUK BANGSA
INDONESIA TERCINTA”**



KATA PENGANTAR



Puji dan syukur selalu penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis mampu untuk menyelesaikan penulisan Tesis ini, sholawat serta salam tak lupa penulis haturkan kepada junjungan besar kita, Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, serta pengikutnya sampai akhir zaman, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini dengan judul **“PENGARUH *GREEN MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PEGAWAI PT. BUKIT ASAM, Tbk”**. Adapun tujuan dari penulisan tesis ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Sarjana Strata Dua (S2) pada program studi manajemen S2. Penulis juga mengucapkan terimakasih yang sebesar - besar nya kepada:

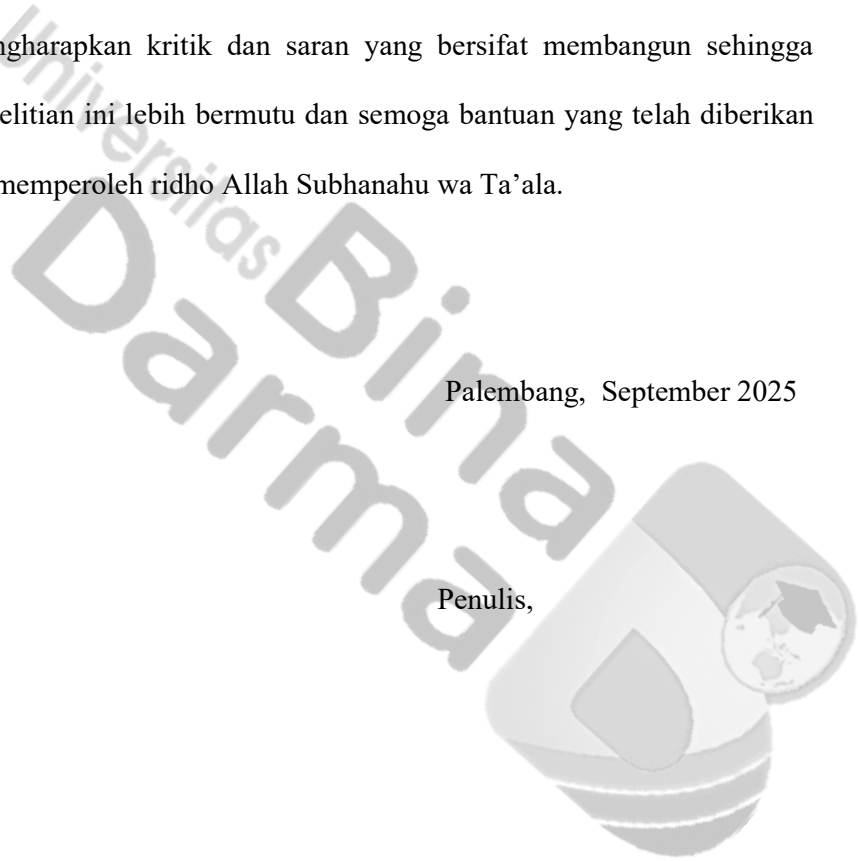
1. Prof. Edi Surya Negara. M.Kom, Selaku PLT Rektor Universitas Bina Darma Palembang.
2. Prof. Dr. Ir. Achmad Syarifudin, M.Sc., Selaku Direktur Pascasarjana Universitas Bina Darma Palembang
3. Dr. Sulaiman Helmi, S.E., M.M., CMA, Selaku Ketua Program Studi Manajemen S2
4. Dr. Trisninawati, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan dan petunjuk dalam penyelesaian penulisan tesis ini.
5. Seluruh Bapak Ibu Dosen Universitas Bina Darma Palembang.

6. Terima kasih juga kepada orang tua, para keluarga, istri tercinta dan anak-anak yang selalu memberikan semangat dalam penyelesaian penulisan tesis ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kelemahan dari tesis ini, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun sehingga menjadikan penelitian ini lebih bermutu dan semoga bantuan yang telah diberikan kepada penulis memperoleh ridho Allah Subhanahu wa Ta'ala.

Palembang, September 2025

Penulis,



DAFTAR ISI

	HALAMAN
COVER DEPAN.....	
COVER DALAM.....	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI.....	
SURAT PERNYATAAN.....	
ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
MOTTO DAN HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	7
1.6 Sistematika Penulisan Tesis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Grand Theory Penelitian	9
2.2 Green Marketing.....	10
2.3 Keputusan Pembelian.....	15
2.3.1 Indikator Keputusan Pembelian.....	16
2.3.2 Proses Pengambilan Keputusan.....	17
2.4 Penelitian Terdahulu	18
2.5 Kerangka Berfikir	21
2.6 Pengembangan Hipotesis	22
2.6.1 Pengaruh Green Product terhadap Keputusan pembelian pegawai PT Bukit Asam.....	22

2.6.2 Pengaruh Green Price terhadap Keputusan pembelian pegawai PT. Bukit Asam.....	23
2.6.3 Pengaruh Green place terhadap Keputusan pembelian pegawai PT. Bukit Asam.....	23

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	25
3.2 Jenis Penelitian	25
3.3 Populasi dan Sampel.....	25
3.3.1 Populasi	25
3.3.2 Sampel.....	26
3.4 Operasional Penelitian	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data	28
3.6 Metode Analisis Data	28
3.6.1 Analisis Partial Least Square.....	29
3.6.2 Model Pengukuran atau Outer Model.....	30
3.6.3 Evaluasi Inner Model (Struktur Model).....	31
3.6.4 Pengujian Hipotesis	32

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	34
4.2 Deskriptif Responden Penelitian	38
4.2.1 Karakteristik Deskriptif Responden.....	39
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	41
4.3 Evaluasi Model	53
4.3.1 Outer Model.....	53
4.3.2 Inner Model	60
4.3.3 Pengujian Hipotesis	64
4.4 Pembahasan	66
4.4.1 H1: Pengaruh Green Product terhadap Keputusan pembelian pegawai PT Bukit Asam.....	66
4.4.2 H2: Pengaruh Green Price terhadap Keputusan pembelian pegawai PT. Bukit Asam.....	68
4.4.3 H3: Pengaruh Green place terhadap Keputusan pembelian pegawai PT. Bukit Asam.....	70
4.4.4 H4: Pengaruh Green Promotion terhadap Keputusan pembelian pegawai PT. Bukit Asam	72

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan..... 75
5.2 Saran..... 76

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

LEMBAR PERBAIKAN TESIS



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Ringkasan Hasil Responden	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3. 1 Tabel Operasional Variabel	26
Tabel 3. 2 Ringkasan Rule OF thumb Evaluasi Model Pengukuran-Refleksif	31
Tabel 3. 3 Ringkasan Rule of Thumb Evaluasi Model Struktural	32
Tabel 4. 1 Tingkat Pengembalian Kuesioner	38
Tabel 4. 2 Rekapitulasi Variabel Green Product	41
Tabel 4. 3 Rekapitulasi Variabel Green Price	44
Tabel 4. 4 Rekapitulasi Variabel Green Plice	46
Tabel 4. 5 Rekapitulasi Variabel Green Plice	48
Tabel 4. 6 Rekapitulasi Variabel Keputusan Pembelian.....	50
Tabel 4. 7 Nilai Loading Factor (Validitas Konvergen) untuk Setiap Konstruk	54
Tabel 4. 8 Hasil Validitas Diskriminan Berdasarkan Kriteria Fornell-Larcker	56
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas Konstruk.....	58
Tabel 4. 10 Nilai R Square dan R Square Adjusted untuk Konstruk Endogen.....	60
Tabel 4. 11 Nilai f^2 terhadap Konstruk Keputusan Pembeli	61
Tabel 4. 12 Evaluasi Kemampuan Prediktif Model Terhadap Konstruk Keputusan Pembeli.....	63
Tabel 4. 13 hasil pengujian hubungan antar konstruk pada model	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 2 Kerangka Berfikir	21
Gambar 4. 1 Karakteristik berdasarkan Jenis Kelamin	39
Gambar 4. 2 Karakteristik berdasarkan Umur.....	40
Gambar 4. 3 Karakteristik berdasarkan Pendidikan	40
Gambar 4. 4 Model Outer Model	54

