

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengetahui dan menganalisis apakah *green marketing mix* (bauran pemasaran hijau) secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *Tupperware*. (2) mengetahui dan menganalisis apakah *green product* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *Tupperware*. (3) mengetahui dan menganalisis apakah *green price*, berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *Tupperware*. (4) mengetahui dan menganalisis apakah *green place* (5) mengetahui dan menganalisis apakah *green Promotion* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *Tupperware*. Penelitian dilakukan Di Kabupaten Pamekasan. Data diambil dari sampel sebanyak 91 orang dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpul data. Selanjutnya data dianalisis menggunakan Analisa Regresi Linier Berganda Hasil penelitian menunjukkan bahwa: *green marketing mix* (bauran pemasaran hijau) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli produk *Tupperware*. Variabel *green product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Tupperware*. Variabel *green price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Tupperware* dimana harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan kualitas serta manfaat produk tersebut. Variabel *green place* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Tupperware*. Variabel *green promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Tupperware*.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran Hijau, *green product*, *green price*, *green place*, *green Promotion* dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to: (1) know and analyze whether green marketing mix together influence the purchasing decisions of Tupperware products. (2) identify and analyze if green product influence on purchase decisions Tupperware products, (3) identify and analyze whether green price, influence the purchasing decisions of Tupperware products. (4) identify and analyze whether green place (5) identify and analyze whether green Promotion influence on purchase decisions Tupperware products. The study was conducted in Pamekasan. Data were taken from a sample of 91 people using a questionnaire as a data collection instrument. Furthermore, the data were analyzed using Multiple Linear Regression Analysis results showed that : green marketing mix together positive and significant impact on purchase decisions of Tupperware products. Variable green product positive and significant impact on product purchasing decisions Tupperware. Variabel green berpengaruh price positive and significant impact on purchasing decisions Tupperware products where the prices offered are in accordance with the quality and benefits of the product. Variable green place positive and significant impact on product purchasing decisions Tupperware. Promotion of green variable positive and significant impact on product purchasing decisions Tupperware.

Keywords: *Green Marketing Mix*, *green product*, *green price*, *green place*, *green Promotion* and Purchase Decision