

Pengaruh penerapan konsep green marketing (sebuah studi literatur pada karya jurnal ilmiah penelitian pada periode semester 1 2013-semester 1 2014 = The effect of implementation on green marketing concept, a literature review based on scientific journal research during the first semester of 2013 until the first semester of 2014 / Rajasa Pramesywara

Rajasa Pramesywara, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20392898&lokasi=lokal>

Abstrak

**ABSTRAK
**

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisa atas pemetaan penelitian konsep green marketing dari segi definisi, variabel penelitian, industri yang diangkat menjadi kasus, metodologi, dan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 22 artikel jurnal ilmiah terkait dengan konsep green marketing yang dilansir oleh pusat data online Elsevier selama periode tahun 2013 hingga kini (semester 1 2014) dengan menggunakan teknik traditional literatur review. Hasil dari penelitian ini adalah industri perhotelan dan turisme sebagai sebuah industri yang dijadikan kasus penelitian terbanyak dari seluruh jurnal yang dipetakan menunjukkan bahwa adanya kaitan erat antara penggunaan konsep green marketing pada industri perhotelan dan turisme. Penelitian ini juga menemukan bahwa variabel behaviour (baik konsumen maupun pekerja) merupakan variabel yang paling sering diteliti pada konsep green marketing. Disamping itu, penelitian ini menunjukkan bahwa dengan penerapan konsep green marketing, konsumen rela untuk membayar sebuah produk (baik barang maupun jasa) lebih mahal atau tidak mengambil insentif ekonomi dari transaksi tersebut, selama mereka merasa diuntungkan secara sosial dan lingkungan.

<hr>

**ABSTRACT
**

This study aims to analyze the mapping the research of green marketing concept from definition, research variable, the research cases, methods, and findings that based on a traditional literature review on 22 scientific journal article from online central data, Elsevier during the first semester of 2013 until recent (first semester of 2014). The findings of this study are the hospitality and tourism industry are the most studied case in green marketing concept, it shows a huge connection between the industries and green marketing concept. This study also found that the most used variable is behavior (either from the customer and the employee) in this concept research. On the side of that, this literature review also shows that with the implementation of green marketing concept, the customer agree to pay higher amount of money to pay a product (either goods or services) or not taking the economy incentives from a transaction as long as they have the profit socially and for the environment.