

ABSTRAK

Winda, Wati. 2025. Persepsi Kaum Milenial Terhadap Penerapan *Green Marketing* Di Indomaret Kecamatan Paiton. Skripsi, Program Studi Ekonomi, Fakultas Sosial Dan Humaniora, Universitas Nurul Jadid, Dosen Pemimbing Rizki Febri Eka Pradani, M.Pd.

Kata Kunci : Persepsi, Kaum Milenial, *Green Marketing*

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan persepsi kaum milenial terhadap penerapan *green marketing* Indomaret di Kecamatan Paiton. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada meningkatnya kesadaran lingkungan di kalangan generasi milenial serta pentingnya peran pelaku ritel dalam mendukung lingkungan melalui strategi pemasaran hijau. Penelitian ini bertujuan untuk memahami tingkat kesadaran dan respons konsumen milenial terhadap inisiatif *green marketing* yang diterapkan oleh Indomaret, serta untuk mengidentifikasi tantangan dan peluang yang dapat dimanfaatkan oleh Indomaret dalam mengembangkan strategi pemasaran ramah lingkungan yang lebih efektif dan berkelanjutan.

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif dengan mengumpulkan data melalui wawancara mendalam terhadap informan konsumen kaum milenial yang pernah berbelanja di indomaret kecamatan Paiton.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen milenial memiliki tingkat kesadaran yang cukup tinggi terhadap isu lingkungan dan menyambut baik upaya *green marketing*, seperti penggunaan produk ramah lingkungan dan program donasi hijau. Namun, masih terdapat kendala seperti pihak karyawan serta promosi yang belum sepenuhnya menarik perhatian konsumen. Secara keseluruhan persepsi kaum milenial terhadap *green marketing* terarah positif, dan hal ini menjadi peluang strategis bagi indomaret dalam mengembangkan pendekatan pemasaran yang lebih ramah lingkungan berkelanjutan.