

ABSTRAK

Global warming merupakan salah satu fenomena yang menjadi ancaman dunia dewasa ini. Oleh karena itu, bangsa-bangsa di dunia kini mulai mencoba bersama-sama memecahkan masalah lingkungan ini. Kepedulian dan kesadaran akan lingkungan telah merubah cara pandang dan pola hidup dari manusia dan para pelaku usaha. Hal ini ditujukan pada perubahan pola pendekatan bisnis yang mulai mengarahkan usaha dengan pendekatan aktivitas bisnis berbasis kelestarian lingkungan, salah satunya adalah bisnis di bidang properti. Salah satu kota di Indonesia yang memiliki perkembangan yang pesat dalam bidang bisnis properti adalah Bandung. Sejak Bulan April 2012 hingga Februari 2013 pemasaran properti untuk daerah Bandung tiap bulan selalu meningkat, di akhir bulan Februari 2013 total properti yang dipasarkan mencapai 6676 properti. Kawasan Dago menjadi lokasi yang dipilih oleh para *developer* untuk membangun perumahan dengan konsep hijau. Perumahan yang menerapkan konsep hijau di kawasan Dago salah satunya yaitu Perumahan Dago Village.

Melalui penelitian yang berjudul “Analisis Penerapan *Green Marketing* Pada Perumahan Dago Village Melalui Pendekatan *Marketing Mix*” penulis melakukan penelitian untuk mengetahui lebih dalam mengenai *green marketing* yang dilakukan oleh Perumahan Dago Village. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif melalui sumber data primer yaitu data yang dikumpulkan langsung oleh penulis melalui observasi langsung dengan wawancara dan menggunakan data sekunder yaitu melalui studi pustaka.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa Perumahan Dago Village yang menggunakan konsep *green* dapat memberikan banyak manfaat jangka panjang yang dirasakan oleh penghuni di Perumahan Dago Village dan dapat turut membantu dalam menghemat energi seperti mengurangi penggunaan listrik dan air.

Kata kunci: *green marketing*, *marketing mix*, Dago Village, properti