



**PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN PERCEIVED VALUE*,
DAN *GREEN PROMOTION* TERHADAP *PURCHASE
INTENTION* STUJA COFFEE CIPETE
(STUDI PADA KALANGAN GENERASI Z DI JAKARTA)**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

SITI NUR KHOFIFAH

43122010030

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**



**PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN PERCEIVED VALUE*,
DAN *GREEN PROMOTION* TERHADAP *PURCHASE
INTENTION* STUJA COFFEE CIPETE
(STUDI PADA KALANGAN GENERASI Z DI JAKARTA)**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

**UNIVERSITAS
SITI NUR KHOFIFAH
MERCU BUANA
43122010030**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Nur Khofifah

NIM : 43122010030

Fakultas/Program Studi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“Pengaruh *Green Product*, *Green Perceived Value*, dan *Green Promotion* terhadap *Purchase Intention* Stuja Coffee Cipete (Studi Pada Kalangan Generasi Z di Jakarta)” adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.



Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 04 Maret 2026



Siti Nur Khofifah

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	--	---

No. Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : SITI NUR KHOFIFAH
NIM : 43122010030
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH GREEN PRODUCT, GREEN PERCEIVED VALUE, DAN GREEN PROMOTION TERHADAP PURCHASE INTENTION STUJA COFFEE CIPETE (STUDI PADA KALANGAN GENERASI Z DI JAKARTA)
Hasil Pengecekan Turnitin : 25%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **25%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk penyerahan tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS
 MERCU BUANA

Jakarta, 13 April 2026
 Kepala Biro Perpustakaan



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk penyerahan tugas akhir.

 2026/April/13/0000000995/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Siti Nur Khofifah
NIM : 43122010030
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Green Product, Green Perceived Value, dan Green Promotion terhadap Purchase Intention Stuja Coffee Cipete (Studi pada Kalangan Generasi Z di Jakarta)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 27 Februari 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Adi Nurmahdi, MBA

NIDN/NUPTK: 0305096602

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA
NIDN/NUPTK: 0307036901



Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-03266130



Scan QR or [click here](#) to
Verification

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Pengaruh Green Product, Green Perceived Value, dan Green Promotion terhadap Purchase Intention Stuja Coffee Cipete pada Kalangan Generasi Z di Jakarta”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih dan apresiasi kepada:

1. Bapak Prof Dr. Andi Andriansyah, M. Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, SE., Ak., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Assoc. Prof. Dudi Permana, Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Adi Nurmahdi, MBA., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan, waktu, bimbingan, semangat, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Bapak Dr. M. Ali Iqbal, M.Sc., selaku dosen penelaah proposal skripsi, atas masukan dan saran yang berharga.
6. Bapak Dr. Janfry Sihite, S.E., MSM., selaku Ketua Penguji, atas arahan dan wawasan yang diberikan.
7. Bapak Arief Bowo Prayoga Kasmoo, S.E., M.M., Ph.D., selaku Penguji II, atas motivasi dan saran konstruktif.
8. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu dan pembelajaran berharga selama masa perkuliahan.

9. Seluruh staf administrasi FEB Universitas Mercu Buana atas bantuan selama masa perkuliahan.
10. Teristimewa, penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada kedua orang tua tercinta atas kasih sayang, doa, kesabaran, serta dukungan moral dan material yang tiada henti, yang menjadi sumber kekuatan terbesar bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada kakak terkasih, Syarif Nurhidayah dan Fatma Ainurrochma, terima kasih atas dukungan, arahan, dan nasihat yang diberikan, sehingga penulis dapat tetap fokus dan tenang dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Sahabat penulis sejak bangku sekolah, Vania, Meidana, Putri, Pipit, Nci, Rieke, dan Dede, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan kehadiran sebagai pendengar dalam setiap proses penulis.
13. Kepada Fira, Aulia, Nova, Chaca, Chiela, Acha, Azka, Pute, Adis, dan Silvi, yang telah menjadi ruang bertumbuh bagi penulis di masa perkuliahan, atas kerja sama, kebersamaan, dan dukungan selama penyusunan skripsi.
14. Seluruh karyawan dan pecinta Stuja Coffee Jakarta yang telah berpartisipasi sebagai responden dalam penelitian ini.
15. Terakhir, untuk diri saya sendiri, Siti Nur Khofifah, terima kasih atas segala usaha, kesabaran, dan keteguhan dalam menjalani setiap proses. Terima kasih telah bertahan dan terus melangkah hingga skripsi ini dapat terselesaikan, serta atas setiap pencapaian yang mungkin tidak dirayakan oleh orang lain.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi para pembaca.

Jakarta, 04 Maret 2026



Siti Nur Khofifah

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORY UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Nur Khofifah
NIM : 43122010030
Fakultas/Program Studi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Green Product*, *Green Perceived Value*, dan *Green Promotion* terhadap *Purchase Intention* Stuja Coffee Cipete (Studi Pada Kalangan Generasi Z di Jakarta)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 04 Maret 2026

Yang menyatakan,



Siti Nur Khofifah

**PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN PERCEIVED VALUE*, DAN
GREEN PROMOTION TERHADAP *PURCHASE INTENTION* STUJA
COFFEE CIPETE**

(STUDI PADA KALANGAN GENERASI Z DI JAKARTA)

SITI NUR KHOFIFAH

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana niat pembelian pelanggan Generasi Z di Stuja Coffee Cipete dipengaruhi oleh produk ramah lingkungan, nilai persepsi ramah lingkungan, dan promosi ramah lingkungan. Kebutuhan untuk mengadopsi teknik pemasaran ramah lingkungan dalam bisnis makanan dan minuman (F&B), khususnya di kedai kopi perkotaan yang melayani pelanggan muda, dan meningkatnya kesadaran Generasi Z mengenai keberlanjutan dan kepedulian terhadap lingkungan merupakan alasan urgensi penelitian ini. Sebagai generasi digital, Generasi Z dikenal mudah menerima iklan media sosial dan idealisme keberlanjutan. Penelitian ini menggunakan desain penjelasan kausal dan metodologi kuantitatif. Pelanggan Generasi Z Jakarta yang tertarik pada barang ramah lingkungan merupakan demografi penelitian ini. Anggota Generasi Z yang telah melihat iklan Stuja Coffee di media sosial merupakan demografi penelitian ini. Pengambilan sampel bertujuan digunakan sebagai teknik pengambilan sampel, dan terdapat 100 responden. Survei online digunakan untuk memperoleh data. Pemodelan Persamaan Struktural Kuadrat Terkecil Parsial (PLS-SEM) adalah teknik analisis data yang digunakan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Niat Pembelian di Stuja Coffee Cipete dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh Produk Hijau, Nilai yang Dirasakan Hijau, dan Promosi Hijau.

Kata Kunci: *Green Product*, *Green Perceived Value*, *Green Promotion*, *Purchase Intention*, Generasi Z.

**THE INFLUENCE OF GREEN PRODUCT, GREEN PERCEIVED VALUE,
AND GREEN PROMOTION ON PURCHASE INTENTION AT STUJA
COFFEE CIPETE
(A STUDY ON GENERATION Z IN JAKARTA)**

SITI NUR KHOFIFAH

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine how Generation Z customers' purchase intentions at Stuja Coffee Cipete are impacted by green products, green perceived value, and green promotions. The need of adopting green marketing techniques in the food and beverage (F&B) business, particularly in urban coffee shops that cater to younger customers, and the growing awareness of Generation Z regarding sustainability and environmental concerns are the reasons for the urgency of this study. As digital natives, Generation Z is noted for being receptive to social media advertisements and sustainability ideals. This study employs a causal explanatory design and a quantitative methodology. Jakartan Generation Z customers who are interested in eco-friendly goods make up the study's demographic. This study employs a causal explanatory design and a quantitative methodology. Generation Z members who have seen Stuja Coffee advertisements on social media make up the study's demographic. Purposive sampling was used as the sample technique, and there were 100 respondents in all. An online survey was used to obtain the data. Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) is the data analysis technique employed. The study's findings demonstrate that Purchase Intention at Stuja Coffee Cipete is positively and significantly impacted by Green Product, Green Perceived Value, and Green Promotion.

Keywords: *Green Product, Green Perceived Value, Green Promotion, Purchase Intention, Generation Z.*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB.....	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1. 1 Latar Belakang	1
1. 2 Rumusan Masalah	14
1. 3 Tujuan Penelitian.....	14
1. 4 Kontribusi Penelitian.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
2. 1 Kajian Pustaka.....	16
2. 1. 1 <i>Theory of Planned Behavior</i>	16
2. 1. 2 Manajemen Pemasaran	18
2. 1. 3 <i>Green Product</i>	20
2. 1. 4 <i>Green Perceived Value</i>	22
2. 1. 5 <i>Green Promotion</i>	25
2. 1. 6 <i>Purchase Intention</i>	27
2. 1. 7 <i>Sustainable Development Goals (SDGs)</i>	28
2. 2 Penelitian Terdahulu.....	30
2. 3 Pengembangan Hipotesis	39
2. 3. 1 Pengaruh <i>Green Product</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	39
2. 3. 2 Pengaruh <i>Green Perceived Value</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	40

2.3.3 Pengaruh <i>Green Promotion</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	41
2.4 Kerangka Konseptual	42
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	44
3.2 Desain Penelitian	44
3.3 Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	45
3.3.1 Definisi Variabel Penelitian	45
3.3.2 Operasionalisasi Variabel.....	46
3.4 Skala Pengukuran Variabel.....	49
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian	50
3.5.1 Populasi Penelitian.....	50
3.5.2 Sampel Penelitian	50
3.6 Metode Pengumpulan Data	52
3.7 Metode Analisis Data	52
3.7.1 Analisis Deskriptif	52
3.7.2 Uji Instrumen	53
3.7.3 Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	59
4.1.1 Statistik Deskriptif	59
4.1.2 Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	66
4.1.3 Pembahasan Hasil Penelitian	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Stuja Coffee Cipete Periode 2021-2023.....	7
Tabel 1.2 Data Jumlah Konsumen Stuja Coffee Cipete Tahun 2023	8
Tabel 1.3 Pra Survei	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	47
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert	49
Tabel 4.1 Jenis Kelamin	60
Tabel 4.2 Usia.....	60
Tabel 4.3 Domisili.....	61
Tabel 4.4 Pendidikan.....	61
Tabel 4.5 Pekerjaan	62
Tabel 4.6 Pendapatan	62
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel Green Product	63
Tabel 4.8 Deskriptif Variabel Green Perceived Value.....	64
Tabel 4.9 Deskriptif Variabel Green Promotion.....	65
Tabel 4.10 Deskriptif Variabel Purchase Intention.....	65
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Convergent Validity	66
Tabel 4.12 Uji Discriminant Validity (Cross Loading)	68
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Average Variance Extracted (AVE).....	69
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Fornell Larcker)	69
Tabel 4.15 Uji Discriminant Validity (Heterotrait-Monotrait Ratio)	70
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Composite Reliability	70
Tabel 4.17 Hasil Uji Nilai R-Square	71
Tabel 4.18 Hasil Uji Nilai F-Square.....	71
Tabel 4.19 Hasil Uji Nilai Q-Square	72
Tabel 4.20 SRMR.....	73
Tabel 4.21 VIF.....	73
Tabel 4.22 Hasil Uji Hipotesis	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persepsi Produk Ramah Lingkungan	2
Gambar 1.2 Data dan Proyeksi Jumlah Sampah di Indonesia	3
Gambar 1.3 Segmentasi Generasi dalam Populasi Indonesia	4
Gambar 1.4 Upaya Gen Z dalam Mengurangi Sampah	5
Gambar 1.5 Kedai Kopi Favorit di Indonesia	8
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	42
Gambar 4.1 Hasil Uji Convergent Validity	66
Gambar 4.2 Hasil Bootstrapping	75



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	89
Lampiran 2. Screening Question	89
Lampiran 3. Profile Responden	90
Lampiran 4. Kuesioner Penelitian	90
Lampiran 5. Jawaban Kuesioner	93
Lampiran 6. Bukti Bimbingan Tugas Akhir	98
Lampiran 7. Curriculum Vitae	100



UNIVERSITAS
MERCU BUANA