



**PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN PRICE*,
GREEN PROMOTION, *GREEN PLACE*, TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN STARBUCKS
KEMBANGAN**



TUGAS AKHIR

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Nama : Yudhana Jesen
NIM : 43122010021

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



PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN PRICE*, *GREEN PROMOTION*, *GREEN PLACE*, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN STARBUCKS KEMBANGAN

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Nama : YUDHANA JESEN
NIM : 43122010021

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

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yudhana Jesen

NIM : 43122010021

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan)

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 14 April 2026

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Yudhana Jesen

NIM: 43122010021

	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 : YUDHANA JESEN
NIM : 43122010021
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH GREEN PRODUCT, GREEN PRICE, GREEN PROMOTION, GREEN PLACE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN STARBUCKS KEMBANGAN

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.

Jakarta, 10 August 2026



Kepala Biro Perpustakaan
 Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

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

 2026/Agustus/10/0000001172/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Yudhana Jesen
NIM : 43122010021
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : PENGARUH GREEN PRODUCT, GREEN PRICE,
GREEN PROMOTION, GREEN PLACE,
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN STARBUCKS KEMBANGAN

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 06 Maret 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-03266261



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

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini sebagai salah satu syarat dalam menyusun tugas akhir di Universitas Mercu Buana Jakarta, dengan judul:

“Pengaruh *Green Product, Green Price, Green Promotion, Green Place* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Starbucks Kembangan.”Penulis menyadari bahwa penyusunan proposal ini tidak terlepas dari dukungan, bantuan, serta bimbingan dari Dr. Adi Nurmahdi, MBA, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran, waktu, semangat, pengetahuan, bimbingan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi tersusunnya proposal ini. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Muhyarsyah, SE., M.Si., selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Dudi Permana, Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Dr. Eri Marlapa, MM selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan selama masa perkuliahan, serta seluruh dosen dan staf

Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

6. Penulis juga menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Ali Hanafiah, MM., DBA selaku Ketua Penguji dan Bapak Dr. H. Suprpto, M.Si selaku Penguji yang telah memberikan kritik, saran, serta masukan yang sangat bermanfaat dalam penyempurnaan skripsi ini.
7. Dengan penuh rasa hormat dan cinta, penulis mengucapkan terima kasih kepada keluarga tercinta, khususnya Ayah dan Ibu, atas segala doa, pengorbanan, dan dukungan yang tidak pernah terputus hingga karya ini dapat terselesaikan.
8. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Sindy Aldania Syah yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, serta doa sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dengan baik..
9. Terima kasih untuk diri saya sendiri karena telah mampu melalui berbagai tantangan, tetap percaya, terus berusaha, dan tidak menyerah meskipun dalam keadaan sulit

penyusunan proposal ini tidak luput dari kekurangan maupun kesalahan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf apabila terdapat kekeliruan di dalamnya. Akhir kata, semoga proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 10 Februari 2026

Yudhana Jesen

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama : Yudhana Jesen
NIM : 43122010021
Fakultas/Program Studi : Ekonomi Dan Bisnis / S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : PENGARUH *GREEN PRODUCT, GREEN PRICE, GREEN PROMOTION, GREEN PLACE*, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN STARBUCKS KEMBANGAN

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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 10 Agustus 2026

Yang menyatakan,



Yudhana Jesen
43122010021

PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN PRICE*, *GREEN PROMOTION*, *GREEN PLACE*, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN STARBUCKS KEMBANGAN

YUDHANA JESEN

ABSTRAK

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana *green product*, *green price*, *green promotion*, dan *green place* memengaruhi keputusan pembelian konsumen di Starbucks Kembangan, Jakarta Barat. Populasi sasaran terdiri dari konsumen Starbucks di wilayah Kembangan, di mana sampel sebanyak 100 individu dipilih menggunakan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner berskala *Likert* kepada para responden. Untuk mengevaluasi data yang terkumpul, metode analisis regresi linear berganda digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *green product* dan *green price* memberikan pengaruh yang positif dan signifikan secara statistik terhadap keputusan pembelian konsumen. Sebaliknya, *green promotion* dan *green place* tidak berdampak secara substansial terhadap keputusan pembelian dalam konteks ini.

Kata Kunci : *Green Product, Green Price, Green Promotion, Green Place, Keputusan pembelian, starbuck di kembangan*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN PRICE*, *GREEN PROMOTION*, *GREEN PLACE*, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN STARBUCKS KEMBANGAN

YUDHANA JESEN

ABSTRACT

The primary objective of this research is to analyze how green product, green price, green promotion, and green place impact consumer buying decisions at Starbucks Kembangan, West Jakarta. The target population comprised Starbucks customers in the Kembangan region, from which a sample of 100 individuals was selected utilizing a purposive sampling method. Data gathering was executed by distributing Likert-scale questionnaires to the respondents. To evaluate the collected data, multiple linear regression analysis was employed. The findings demonstrate that both green product and green price exert a positive and statistically significant influence on consumer purchasing decisions. Conversely, green promotion and green place do not substantially affect buying decisions in this context.

Keywords: *Green Product, Green Price, Green Promotion, Green Place, Purchasing Decision, Starbucks in Kembangan*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	0
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	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	26
1.3 Tujuan Penelitian.....	27
1.4 Kontribusi Penelitian.....	28
1.1 Kontribusi Teoritis.....	28
1.2 Kontribusi Praktis	28
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	30
2.1 Kajian Pustaka	30
2.1.1 Manajemen Pemasaran	30
2.1.2 Green Marketing.....	30
2.1.3 Keputusan Pembelian	32
2.2 Penelitian Terdahulu	37
2.3 Kerangka Konseptual	43
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	47
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	47
3.2 Desain Penelitian	48
3.3 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	50
3.4 Skala Pengukuran Variabel	56
3.5 Populasi dan Sampel.....	58
3.6 Metode Pengumpulan Data	59
3.7 Metode Analisis Data	62

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	65
4.1 Gambaran Umum Lokasi atau Objek Penelitian.....	65
4.1.1 Karakteristik Wilayah Kembangan	65
4.1.2 Starbucks Kembangan sebagai Objek Penelitian	66
4.2 Statistik Deskriptif	68
4.2.1 Deskripsi responden.....	69
4.2.2 Deskripsi Variabel.....	75
4.3 Hasil Analisis Data	91
4.3.1 Analisis Partial Least Square.....	91
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	124
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	133
5.1 Kesimpulan	133
5.2 Saran Praktis	134
5.3 Saran Akademis	136
5.3.1 Saran bagi Peneliti Selanjutnya	136
DAFTAR PUSTAKA	137
LAMPIRAN.....	140



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Hasil Pra-Survei Persepsi Konsputraumen terhadap Green Marketing Starbucks	23
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu Tentang <i>Green Marketing</i>	38
Tabel 3. 1	Operasionalisasi Variabel	53
Tabel 3. 2	Skala Likert	57
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
Tabel 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	71
Tabel 4. 3	Hasil Dari <i>Descriptive Green Product</i>	77
Tabel 4. 4	Hasil Dari <i>Descriptive Green Price</i>	79
Tabel 4. 5	Hasil Dari <i>Descriptive Green Promotion</i>	82
Tabel 4. 6	Hasil Dari <i>Descriptive Green Place</i>	85
Tabel 4. 7	Hasil Dari <i>Descriptive</i> Keputusan Pembelian	88
Tabel 4. 8	Hasil Uji Convergent Validity	95
Tabel 4. 9	Average Variance Extracted (AVE)	100
Tabel 4. 10	Cross Loading	103
Tabel 4. 11	Fornell Lacker Criterion	108
Tabel 4. 12	Uji Reliabilitas Composite Reliability	111
Tabel 4. 13	Uji Cronbach's Alpha	113
Tabel 4. 14	R-Square	116
Tabel 4. 15	F-Square	118
Tabel 4. 16	Uji Hipotesis (P-Value)	120

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Grafik Penjualan Dan Laba Bersih Starbucks Di Indonesia (2020-2024)	5
Gambar 1. 2	Tabel Pertumbuhan Gerai Starbucks (2020-2024).....	7
Gambar 1. 3	Pesaing Starbucks di Indonesia.....	16
Gambar 1. 4	Tingkat Penerapan Konsep Green pada Kedai Kopi di Indonesia	17
Gambar 1. 5	Pertumbuhan Gerai Starbucks di Asia Tenggara	17
Gambar 1. 6	Peringkat 11 Negara dengan Jumlah Gerai Starbucks Terbanyak di Dunia Tahun 2022	22
Gambar 2. 1	Kerangka Konseptual.....	43
Gambar 4. 1	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	95



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisioner Penelitian	140
Lampiran 2 Data Jawaban Responden	145
Lampiran 3 Hasil Statistik Deskriptif	164
Lampiran 4 Hasil Uji Partial Least Square	165

