

**PENGARUH *GREEN PROMOTION*, *GREEN PACKAGING*,
DAN *GREEN BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK *STARBUCKS*
COFFEE DI JAKARTA**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Disusun Oleh :
Nama : Panji Saputro
NIM : 43118010421

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

2023

PENGARUH *GREEN PROMOTION*, *GREEN PACKAGING*, DAN
GREEN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK *STARBUCKS*
COFFEE DI JAKARTA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi

Manajemen Universitas Mercu Buana



Disusun oleh:

Nama : Panji Saputro

NIM : 43118010421

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Panji Saputro
NIM : 43118010421
Universitas : Mercu Buana
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 9 Februari 2023



Panji Saputro

NIM : 43118010421

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Panji Saputro
NIM : 43118010421
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : *PENGARUH GREEN PROMOTION, GREEN PACKAGING, DAN GREEN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK STARBUCKS COFFEE DI JAKARTA*
Tanggal Sidang : 26 Mei 2023

Disahkan oleh :
Pembimbing



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 06232474



Please Scan QRCode toVerify

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puja dan puji saya syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul “Pengaruh *Green Promotion, Green Packaging, dan Green Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk *Starbucks Coffee*”.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa, dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, serta waktu luang selama bimbingan yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti.

Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi penelitian ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran, maupun dorongan moril serta materil sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu.

Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ucapkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah Subhanahu Wa Ta’ala yang telah mencurahkan anugerah-Nya dan dengan segala kerendahan hati peneliti ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu

Buana

2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si., AK, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Febrina Mahliza, SE, M.Si selaku dosen ketua penguji pada saat saya sidang skripsi.
5. Bapak Mas Wahyu Wibowo, MBA., Ph.D selaku dosen penguji ke-2 saat saya sidang skripsi.
6. Seluruh dosen yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada penulis.
7. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada peneliti.
8. Kedua orang tua tercinta yang telah menjadi motivasi terbesar yang selalu memberikan doa, dorongan inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moril maupun materil.
9. Teman seperjuangan yang selalu membantu, memberikan semangat, motivasi, dan bertukar pikiran.
10. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena nya, mohon saran yang membangun

dari segenap pembaca, sehingga diharapkan demi perbaikan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penelitian ini.

Jakarta, 9 Februari 2023

Panji Saputro



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian	13
D. Kontribusi Penelitian	14
BAB II	15
KAJIAN PUSTAKA	15
A. Kajian Pustaka	15
1. Perilaku Konsumen	15
a) Pengertian Perilaku Konsumen.....	15
2. <i>Green Marketing</i>	16
a) Pengertian <i>Green Marketing</i>	16
b) Dimensi dan Indikator <i>Green Marketing</i>	17
3. <i>Green Promotion</i>	18
a) Pengertian <i>Green Promotion</i>	18
b) Dimensi dan Indikator <i>Green Promotion</i>	19

4. <i>Green Packaging</i>	20
a) Pengertian <i>Green Packaging</i>	20
b) Dimensi dan Indikator <i>Green Packaging</i>	21
5. <i>Green Brand Awareness</i>	22
a) Pengertian <i>Green Brand Awareness</i>	22
b) Dimensi dan Indikator <i>Green Brand Awareness</i>	24
6. Keputusan Pembelian	25
a) Pengertian Keputusan Pembelian	25
b) Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian	27
B. Penelitian Terdahulu	29
C. Kerangka Konseptual.....	33
D. Pengembangan Hipotesis.....	34
BAB III.....	37
METODE PENELITIAN	37
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	37
B. Desain Penelitian	37
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	38
1. Definisi Variabel.....	38
2. Operasional Variabel	40
D. Skala Pengukuran	41
E. Populasi dan Sampel Penelitian	42
F. Metode Pengumpulan Data	44
G. Metode Analisis Data	45
1. Statistik Deskriptif	45
2. Uji Kualitas Data.....	46

3. Uji Asumsi Klasik.....	48
4. Analisis Data.....	51
5. Uji Hipotesis	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	54
1. <i>Starbucks Coffee</i> Jakarta	54
B. Analisis Statistik Deskriptif.....	55
1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	56
3. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	57
4. Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili.....	58
5. Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran Konsumtif Perbulan.....	59
C. Analisis Statistik Jawaban Responden.....	60
1. Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	60
2. Analisis Deskriptif Variabel <i>Green Promotion</i> (X1)	61
3. Analisis Deskriptif Variabel <i>Green Packaging</i> (X2).....	62
4. Analisis Deskriptif Variabel <i>Green Brand Awareness</i> (X3).....	63
D. Hasil Uji Instrumen Penelitian	65
1. Hasil Uji Validitas.....	65
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	69
E. Uji Asumsi Klasik.....	70
1. Uji Normalitas.....	70
2. Uji Multikolinearitas.....	72
3. Uji Heteroskedastisitas.....	73
F. Analisis Data	74
1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	74

G. Uji Hipotesis	76
a. Uji Koefisiensi Determinasi (R^2).....	76
b. Hasil Uji Parsial (Uji t)	77
H. Pembahasan Hasil Penelitian.....	79
1. Pengaruh <i>Green Promotion</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	79
2. Pengaruh <i>Green Packaging</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	80
3. Pengaruh <i>Green Brand Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	83
A. KESIMPULAN	83
B. SARAN.....	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	92



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Persentase Jenis Sampah di Indonesia.....	2
Tabel 1.2 Pra Survey.....	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	40
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert.....	42
Tabel 3.3 Tingkat Reliabilitas	48
Tabel 4.1 Statistik Deskriptif Sampel Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif Sampel Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Sampel Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	57
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Sampel Berdasarkan Domisili	58
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Sampel Berdasarkan Pengeluaran konsumtif	59
Tabel 4.6 Uji Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	61
Tabel 4.7 Uji Deskriptif Variabel <i>Green Promotion</i>	62
Tabel 4.8 Uji Deskriptif Variabel <i>Green Packaging</i>	63
Tabel 4.9 Uji Deskriptif Variabel <i>Green Brand Awareness</i>	64
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas <i>Green Promotion</i>	65
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas <i>Green Packaging</i>	66
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas <i>Green Brand Awareness</i>	67
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	68
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas	69
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	72
Tabel 4.16 Hasil Uji Linier Berganda.....	73
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R ²).....	76
Tabel 4.18 Hasil Uji Parsial (Uji t)	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Negara Penyumbang Sampah Plastik Terbesar Di Dunia	1
Gambar 1.2	Grafik Pendapatan Starbucks (2017 – 2021).....	4
<i>Gambar 1.3</i>	<i>Jumlah Gerai Starbucks Coffee</i> di Jakarta (2022)	5
Gambar 2.1	Piramida <i>Brand Awareness</i>	23
Gambar 2.2	Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	27
Gambar 2.3	Kerangka Konseptual	33
Gambar 4.1	Grafik Uji Normalitas.....	71
Gambar 4.2	Grafik Uji Heteroskedastisitas.....	73



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	92
Lampiran 2 Data Jawaban Responden	96
Lampiran 3 Karakteristik Responden.....	102
Lampiran 4 Hasil Statistik Deskriptif	104
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas	106
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas	108
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	109
Lampiran 8 Hasil Analisis Data	110
Lampiran 9 Hasil Uji Hipotesis	111



UNIVERSITAS
MERCU BUANA