

**PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN BRAND IMAGE* DAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP
PURCHASE INTENTION PRODUK STARBUCKS COFFEE
INDONESIA**

(Studi pada Produk Starbucks Coffee Indonesia)

SKRIPSI



Nama : Bayu Himawan

NIM : 43118120155

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

2023

**PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN BRAND IMAGE* DAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP
PURCHASE INTENTION PRODUK STARBUCKS COFFEE
INDONESIA**

(Studi pada Produk Starbucks Coffee Indonesia)

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Mercu Buana Jakarta



Nama : Bayu Himawan

NIM : 43118120155

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

2023

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bayu Himawan
NIM : 43118120155
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, 10 Maret 2023

UNIVERSITA
MERCU BUANA



Bayu Himawan

NIM : 43118120155

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Bayu Himawan
NIM : 43118120155
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Green Product, Green Brand Image dan Corporate Social Responsibility Terhadap Purchase Intention Produk Starbucks Coffee Indonesia
Tanggal Sidang : 8 Juni 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Yanto Ramli, M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LPTA 06232533



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah SWT, atas berkah, limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul “**Pengaruh *Green Product, Green Brand Image Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Purchase Intention* Produk Starbucks Coffee Indonesia**”. Proposal Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam pentusunan proposal skripsi ini terurama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D., selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Yanto Ramli, MM., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat – nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya proposal skripsi ini.
5. Ibu Dr. Daru Asih, M.Si., selaku dosen Mata Kuliah Metodologi Penelitian Pemasaran yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan motivasi dalam penyusunan proposal skripsi ini.
6. Seluruh dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya telah mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya.

7. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi.
8. Seluruh teman – temanku yang tidak bisa disebutkan satu persatu atas segala dukungan dan diskusi dalam penyusunan penelitian ini.
9. Teristimewa, kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti – hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari sempurna dan tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan dikarenakan keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam proposal skripsi ini. Akhir kata, semoga proposal skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 10 Maret 2023

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Bayu Himawan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	15
C. Tujuan Penelitian.....	16
D. Kontribusi Penelitian.....	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	18
A. Kajian Pustaka.....	18
1. Manajemen Pemasaran	18
2. <i>Purchase Intention</i> /Minat Beli.....	19
3. <i>Green Product</i> /Produk Hijau	22
4. <i>Green Brand Image</i> /Citra Merek Hijau	25
5. <i>Corporate Social Responsibility</i> /Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan	29
6. Penelitian Terdahulu.....	32
B. Pengembangan Hipotesis	37
1. Pengaruh Green Product terhadap Purchase Intention	37
2. Pengaruh <i>Green Brand Image</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	38
3. Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	38

4. Kerangka Pemikiran	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Waktu dan Tempat Penelitian	41
B. Desain Penelitian.....	41
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	42
1. Definisi Variabel.....	42
2. Operasional Variabel	43
D. Skala Pengukuran Variabel	45
E. Populasi dan Sampel Penelitian	46
1. Populasi.....	46
2. Sampel	46
F. Metode Pengumpulan Data	47
G. Metode Analisis Data	48
1. Analisis Deskriptif.....	48
2. Uji Instrumen.....	49
3. Analisis <i>Partial Least Square</i>	50
BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN	55
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	55
B. Analisis Statistik Deskriptif	56
1. Deskripsi Responden	57
2. Deskripsi Variabel	59
C. Uji Instrumen.....	64
D. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	65
1. Evaluasi <i>Measurement Model</i> (<i>Outer Model</i>).....	65
a. <i>Convergent Validity</i>	66
b. <i>Discriminant Validity</i>	70
c. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	73
d. <i>Reliability</i>	73
2. Pengujian Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	74
a. Nilai <i>R-Square</i> (R^2).....	75

<i>b. f² Effect Size</i>	75
<i>c. Q-Square (Goodness of Fit Model)</i>	76
3. Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur).....	77
E. Pembahasan Hasil Penelitian	79
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	81
A. Simpulan.....	81
B. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	90



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra-Survey.....	13
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3.1 Operasional Variabel	43
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert.....	45
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	57
Tabel 4.2 Usia Responden.....	57
Tabel 4.3 Profesi Responden	58
Tabel 4.4 Pendapatan Per Bulan Responden	58
Tabel 4.5 Hasil Deskriptif Variabel <i>Purchase Intention</i>	59
Tabel 4.6 Hasil Deskriptif Variabel <i>Green Product</i>	60
Tabel 4.7 Hasil Deskriptif Variabel <i>Green Brand Image</i>	62
Tabel 4.8 Hasil Deskriptif Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i>	63
Tabel 4.9 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	67
Tabel 4.10 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi).....	68
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	70
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion)</i>	72
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	73
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Cronbach's Alpha dan Composite Reliability</i>	74
Tabel 4.15 Hasil Uji Nilai R-Square (R^2)	75
Tabel 4.16 Hasil Uji f^2 <i>Effect Size</i>	76
Tabel 4.17 Hasil Uji <i>Q-Square</i>	77
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Hipotesis	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Komposisi Sampah di Perairan Laut di Indonesia.....	3
Gambar 1.2 Timbulan Sampah Plastik Nasional Tahun 2013-2019.....	4
Gambar 1.3 Perusahaan Penghasil Sampah Plastik Terbesar di Dunia (2021)	5
Gambar 1.4 Perkembangan PDB Industri Makanan dan Minuman.....	7
Gambar 1.5 Mug dan Tumbler Ramah Lingkungan Starbucks.....	9
Gambar 1.6 Pendapatan Starbucks (2017 – 2021).....	10
Gambar 1.7 Top Brand Awards Café Kopi Tahun 2021	11
Gambar 2.1 Rerangka Pemikiran	40
Gambar 4.1 Hasil Algoritma PLS.....	67
Gambar 4.2 Hasil Algoritma PLS (Modifikasi)	69
Gambar 4.3 Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>.....	78



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	90
Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden	94
Lampiran 3 Olah Data SmartPLS.....	108



UNIVERSITAS
MERCU BUANA