

**PENGARUH *GREEN MARKETING MIX* TERHADAP NIAT BELI  
PRODUK STARBUCKS (STUDI PADA MAHASISWA S1 UNIVERSITAS  
ATMA JAYA YOGYAKARTA)**

**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana  
Manajemen (S1)**

**Pada Program Studi Ekonomi Manajemen**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun oleh:**

**Gerardus Rangga Putu Dwara**

**NPM: 16 03 22674**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA,  
MEI 2020**

**Skripsi**

**PENGARUH *GREEN MARKETING MIX* TERHADAP NIAT BELI  
PRODUK STARBUCKS (STUDI PADA MAHASISWA S1 UNIVERSITAS  
ATMA JAYA YOGYAKARTA)**



**Disusun oleh:**

**Gerardus Rangga Putu Dwara**

**NPM: 16 03 22674**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Pembimbing**

**Jarot Priyogutomo C, Drs, MBA.**

**PENGARUH *GREEN MARKETING MIX* TERHADAP NIAT BELI  
PRODUK STARBUCKS (STUDI PADA MAHASISWA S1 UNIVERSITAS  
ATMA JAYA YOGYAKARTA)**

**yang dipersiapkan dan disusun oleh**

**Gerardus Rangga Putu Dwara**

**NPM: 16 03 22674**

**telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal .....  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu  
persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1) Program Studi  
Ekonomi Manajemen**

**SUSUNAN PANITIA PENGUJI**

**Ketua Panitia Penguji**

**Anggota Panitia Penguji**

**Yogyakarta, .....**

**Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika**

**Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

**Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.**



**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**  
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

**SURAT KETERANGAN**

No. 598/J/1

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Jumat, 4 Juni 2021 dengan susunan penguji sebagai berikut:

- |   |                 |
|---|-----------------|
| 1. Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc.IB., Ph.D. | (Ketua Penguji) |
| 2. Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.            | (Anggota)       |
| 3. Nadia Nila Sari, SE., MBA.                 | (Anggota)       |

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Gerardus Rangga Putu Dwara  
NPM : 160322674

Dinyatakan  
Lulus Tanpa Revisi

Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.



Dekan,



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.  
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul

### **PENGARUH *GREEN MARKETING MIX* TERHADAP NIAT BELI PRODUK STARBUCKS (STUDI PADA MAHASISWA S1 UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA)**

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Yogyakarta,  
Yang menyatakan

Gerardus Rangga Putu Dwara

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, karena berkat dan penyertaanNya, penelitian ini dapat selesai disusun dengan berbagai pengalaman dan pembelajaran melalui setiap proses yang dilewati serta pertolongan yang dialami setiap waktu melalui kehadiran semua pihak yang bersedia membantu dan mendukung selama perkuliahan hingga akhir penyusunan penulisan skripsi ini.

Pada kesempatan ini, ucapan terimakasih disampaikan kepada para pihak yang telah membantu dan mendukung dalam menyelesaikan penelitian ini. Ucapan terimakasih tersebut terkhusus dipersembahkan kepada:

1. Kepada **Tuhan Yang Maha Esa** yang telah memberikan berkat dan karunia selama menjalani proses perkuliahan.
2. **Bapak Jarot Priyogutomo C, Drs, MBA.**, selaku Dosen Pembimbing Skripsi peneliti yang telah memberikan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing dan membantu peneliti menyelesaikan penelitian ini;
3. Kepada **Belonk's fam**, yang selalu memberikan dukungan moral dan material, semangat, dan doa bagi peneliti sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini;
4. Kepada sahabat **Kos Jito (Ijong, Yandul, Fidel, Nandus, Elyas, Erik, Icus), Andre, Belo, Betto, Vinca**, yang selalu bersedia membantu dalam memberikan semangat dan motivasi dalam keadaan susah maupun senang.

5. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan, doa, motivasi dan semangat baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini belum sempurna. Oleh karena itu, peneliti memohon maaf apabila terdapat hal-hal yang kurang berkenan dalam penelitian ini dan peneliti terbuka atas segala kritik dan saran. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat memberikan pengaruh positif bagi pembaca.



Yogyakarta,



Gerardus Rangga Putu Dwara

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Batasan Penelitian .....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.6 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori .....	13
2.1.1 Definisi Pemasaran.....	13
2.1.2 Definisi Green Marketing .....	14
2.1.3 Definisi Green Marketing Mix.....	17
2.1.4 Definisi Niat Beli .....	21
2.2 Penelitian Terdahulu.....	22
2.3 Kerangka Penelitian .....	26
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	27
2.4.1 Pengaruh <i>Green Price</i> terhadap Niat Pembelian .....	27
2.4.2 Pengaruh <i>Green Product</i> terhadap Niat Pembelian .....	28
2.4.3 Pengaruh <i>Green Place</i> terhadap Niat Pebelian .....	28
2.4.4 Pengaruh <i>Green Promotion</i> terhadap Niat Pembelian.....	29



BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Bentuk Penelitian .....	30
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian .....	30
3.2.1 Populasi Penelitian.....	30
3.2.2 Sampel Penelitian.....	31
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	31
3.3 Sumber Data .....	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	33
3.5 Metode Pengukuran Data .....	34
3.6 Definisi Operasional.....	35
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	37
3.7.1 Uji Validitas .....	37
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	39
3.8 Analisis Data .....	40
3.8.1 Analisis Deskriptif .....	40
3.8.2 Analisis Regresi Berganda.....	41
3.8.3 Koefisien Determinasi (R square).....	41
3.8.4 Uji F .....	42
3.8.5 Uji t .....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Analisis Deskriptif Statistik.....	44
4.1.1 Analisis Deskriptif Statistik Responden .....	45
4.1.2 Analisis Deskriptif Statistik Variabel .....	52
4.2 Pengujian Hipotesis .....	54
4.3 Pembahasan .....	57
4.3.1 Pengaruh <i>Green Price</i> terhadap Niat Beli.....	57
4.3.2 Pengaruh <i>Green Product</i> terhadap Niat Beli .....	58
4.3.3 Pengaruh <i>Green Place</i> terhadap Niat Beli .....	59
4.3.4 Pengaruh <i>Green Promotion</i> terhadap Niat Beli .....	60
BAB V PENUTUP.....	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Implikasi Manajerial.....	65

5.3	Keterbatasan Penelitian .....	67
5.4	Saran .....	68
DAFTAR PUSTAKA .....		69
LAMPIRAN .....		733



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 5 Negara Asia Penyumbang Sampah Plastik Ke Laut.....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	37
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas.....	40
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	41
Tabel 3.4 Kriteria Analisis Deskriptif.....	43
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku per Bulan.....	50
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Mengetahui Brand Starbucks...51	
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Mengetahui Produk Starbucks..52	
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Membeli Produk Starbucks.....	53
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Membeli Produk Starbucks.....	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Deskriptif Tabel.....	55
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Inovasi <i>Cup</i> Starbucks.....	6
Gambar 1.2 Kampanye Starbucks di Facebook.....	7
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian.....	29



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	75
Lampiran 2. Kuesioner Daring.....	83
Lampiran 3. Jawaban Responden.....	93
Lampiran 4. Hasil Olah Data.....	123



**PENGARUH *GREEN MARKETING MIX* TERHADAP NIAT BELI  
PRODUK STARBUCKS (STUDI PADA MAHASISWA S1 UNIVERSITAS  
ATMA JAYA YOGYAKARTA)**

**Gerardus Rangga Putu Dwara**

**Jarot Priyogutomo C, Drs, MBA.**

**Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta  
Jalan Babarsari No. 44, Yogyakarta**

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini dibuat untuk menguji pengaruh *green marketing mix* terhadap niat beli produk Starbucks. Objek penelitian adalah Niat Beli produk Starbucks. Responden penelitian ini berjumlah 231 orang yang merupakan mahasiswa S1 Universitas Atma Jaya Yogyakarta dan pernah membeli produk Starbucks. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* serta pengumpulan data melalui *google forms* menggunakan skala likert 5 poin. Analisis data dilakukan dengan metode analisis regresi berganda dengan *software* SPSS versi 21. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa komponen dari *green marketing mix* yaitu, *green price*, *green product*, *green place*, dan *green promotion* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Niat Beli.

**Kata kunci:** *Green Marketing, Green Marketing Mix, Green Price, Green Product, Green Place, Green Promotion, Niat Beli.*