

**PENGARUH *GREEN BRAND POSITIONING*, *KNOWLEDGE* DAN
ATTITUDE TERHADAP *GREEN PRODUCT PURCHASE INTENTION*
PRODUK STARBUCKS
(STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA)**

Skripsi

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
Manajemen (S1) Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Diajukan oleh:

Kurnia Richard Santosa

NPM: 17 03 23844

Fakultas Bisnis dan Ekonomika

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

YOGYAKARTA,

NOVEMBER 2021

Skripsi
PENGARUH *GREEN BRAND POSITIONING, KNOWLEDGE* DAN *ATTITUDE*
TERHADAP *GREEN PRODUCT PURCHASE INTENTION* PRODUK
STARBUCKS
(STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA)



yang disusun oleh:

Kurnia Richard Santosa

NPM: 17 03 23844

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Daniel Yudistya Wardhana'.

Daniel Yudistya Wardhana, S.E., MEI.

tanggal: 12 November 2021



SURAT KETERANGAN

No. 054/J/1

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Senin, 13 Desember 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. Daniel Yudistya Wardhana, SE., MEI. (Anggota)

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

Nama : Kurnia Richard Santosa

NPM : 170323844

Dinyatakan
Lulus Dengan Revisi

Pada saat ini skripsi Kurnia Richard Santosa telah selesai direvisi dan revisian tersebut telah diperiksa dan disetujui oleh semua anggota panitia penguji.

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.

Alamat

Kampus III Gedung Bonaventura
Jalan Babarsari 43 Yogyakarta 55281

URL

<https://fbe.uajy.ac.id>

Kontak

Telepon : +62-274-487711 ext. 3120, 3127
Fax : +62-274-485237
Surel : fbe@uajy.ac.id



PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH *GREEN BRAND POSITIONING, KNOWLEDGE* DAN *ATTITUDE*

TERHADAP *GREEN PRODUCT PURCHASE INTENTION* PRODUK

STARBUCKS

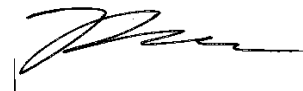
(STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA)

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan 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, 16 November 2021

Yang menyatakan



Kurnia Richard Santosa

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu, mendukung dan mendoakan semua proses dari awal hingga skripsi ini selesai baik secara mental maupun materi melalui pemberian berbagai macam ide selama proses pengerjaan skripsi ini:

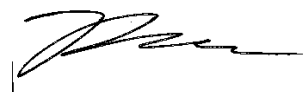
1. Dosen pembimbing, Bapak Daniel Yudistya Wardhana, S.E., MEI. yang selalu mendukung, mendampingi dan memberikan segala saran yang membangun untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih juga atas kesabaran dalam mengoreksi dan menghadapi pribadi penulis yang masih banyak kekurangan dalam berbagai hal.
2. Sahabat dan teman-teman seperjuangan sekaligus teman dekat, Noviyana, Kenny Buncit, Evelyn Ru Ing dut, Vera Velia Twin, Kevin Ice Bear, mas Paitha yang sudah menemani perjalanan penulis dari awal, mendengar segala keluhan dan memberikan semangat, dukungan baik untuk perut dan mental, saran yang penulis butuhkan dalam penulisan skripsi dan persiapan untuk melangkah maju ke pendadaran.
3. Orang tua dan keluarga yang selalu mendoakan yang terbaik, memberi dukungan moral, semangat dan materi kepada penulis selama proses perkuliahan dan pengerjaan skripsi.

4. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang sudah mengajari, mengarahkan dan mendampingi penulis dari awal proses perkuliahan dimulai hingga proses pengerjaan tugas akhir ini, memberikan bantuan sosial khususnya di masa awal pandemi ini.
5. Semua Bapak/Ibu karyawan serta pengurus Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan pelayanan dan fasilitas yang cukup memadai selama proses perkuliahan hingga proses pengerjaan skripsi berakhir.

Penulis berharap penelitian ini dapat berguna dan memberikan *insight* kepada semua pihak yang membaca dan membutuhkan.

Yogyakarta, 16 November 2021

Penulis



Kurnia Richard Santosa

HALAMAN PERSEMBAHAN

UNBROKEN



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	10
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Landasan Teori.....	12
2.1.1. <i>Green marketing</i>	12

2.1.2.	<i>Green Brand Positioning</i>	13
2.1.3.	<i>Green Brand Knowledge</i>	14
2.1.4.	<i>Attitude Towards Green Brand</i>	15
2.1.5.	<i>Green Products Purchase Intention</i>	16
2.2.	Penelitian Terdahulu	17
2.3.	Hipotesis.....	21
2.3.1.	<i>Green Brand Positioning</i> terhadap <i>Green Product Purchase Intention</i>	21
2.3.2.	<i>Green Brand Knowledge</i> terhadap <i>Green Product Purchase Intention</i>	21
2.3.3.	<i>Attitude Towards Green Brand</i> terhadap <i>Green Product Purchase Intention</i>	22
2.5.	Definisi Operasional.....	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		26
3.1.	Bentuk Penelitian	26
3.2.	Populasi dan Sample Penelitian	26
3.2.1.	Populasi.....	26
3.2.2.	Ukuran Sampel.....	27
3.2.3.	Metode Pengambilan Sample	28
3.3.	Data Penelitian	28
3.4.	Instrumen Penelitian.....	29
3.5.	Metode Pengukuran Data	29
3.6.	Metode Pengujian Instrumen	30

3.6.1. Uji Validitas	30
3.6.2. Uji Reliabilitas	31
3.7. Metode Analisis Data	31
3.7.1. Analisis Deskriptif	31
3.7.2. Analisis Regresi Berganda	32
3.7.3. Uji F	32
3.7.4. Uji t	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1. Analisis Deskriptif	34
4.2. Uji Validitas	39
4.3 Uji Reliabilitas	40
4.4 Uji F	40
4.5 Uji t	41
BAB V PENUTUP	44
5.1. Kesimpulan	44
5.2. Implikasi Manajerial	44
5.3. Keterbatasan Penelitian	47
5.4. Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	48

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 4.1 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4.2 Persentase Responden Berdasarkan Usia	34
Tabel 4.3 Persentase Responden Berdasarkan Angkatan Aktif Universitas Atma Jaya Yogyakarta	35
Tabel 4.4 Persentase Responden Berdasarkan Kunjungan ke Starbucks selama 1 Tahun Terakhir	35
Tabel 4.5 Persentase Tingkat Pengeluaran Rata – Rata dalam 1 Kali Kunjungan ke Starbucks selama 1 Tahun Terakhir	36
Tabel 4.6 Tabel Distribusi Frekuensi	38
Tabel 4.7 Uji Validitas	39
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas	40
Tabel 4.9 Hasil Uji F	40
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	41

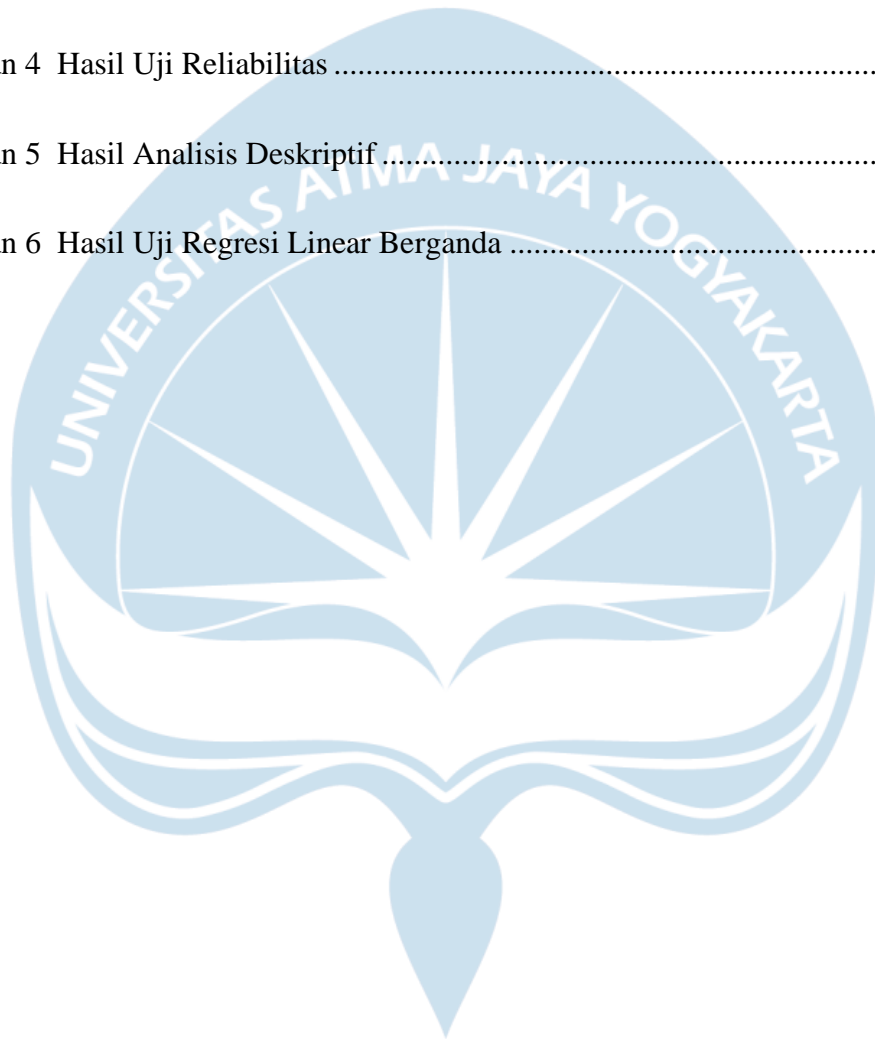
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Produksi Plastik Global Tahun 1950 - 2015 (Juta Ton).....	1
Gambar 1.2	Emisi Makroplastik Tahun 1990 - 2020 (Juta Ton).....	2
Gambar 1.3	Negara Penyumbang Sampah Plastik di Lautan (Satuan Juta Ton).....	3



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian	53
Lampiran 2	Hasil Kuisisioner	59
Lampiran 3	Hasil Uji Validitas	82
Lampiran 4	Hasil Uji Reliabilitas	89
Lampiran 5	Hasil Analisis Deskriptif	93
Lampiran 6	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	103



PENGARUH *GREEN BRAND* TERHADAP *GREEN PRODUCT PURCHASE INTENTION* PRODUK STARBUCKS
(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA)

Disusun Oleh:

Kurnia Richard Santosa

NPM: 17 03 23844

Pembimbing:

Daniel Yudistya Wardhana, S.E., MEI.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *green brand positioning*, *green brand knowledge* dan *attitude towards green brand* terhadap *green product purchase intention*. Dalam penelitian ini membahas salah satu *green brand* di Indonesia yaitu Starbucks.

Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling* dengan menggunakan 100 responden yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu yaitu merupakan mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang pernah membeli dan mengonsumsi produk Starbucks di Yogyakarta. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dan menggunakan software IBM SPSS Statistics 25. Hasil uji dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *green brand positioning* tidak berpengaruh terhadap *green product purchase intention*, sedangkan variabel *green brand knowledge* dan *attitude towards green brand* berpengaruh terhadap *green product purchase intention*.

Kata kunci: *Green brand positioning*, *green brand knowledge*, *attitude towards green brand*, *green product purchase intention*, Starbucks