

**PENGARUH *GREEN BRAND POSITIONING*, *GREEN BRAND KNOWLEDGE*,  
DAN *GREEN BRAND ATTITUDE* TERHADAP  
*GREEN PRODUCT PURCHASE INTENTION* LAYANAN JASA PASTI ANGKUT  
(STUDI PADA KONSUMEN PASTI ANGKUT KABUPATEN BANTUL)**

**Skripsi**

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

**Pada Program Studi Manajemen**

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



**Disusun oleh:**

**Mixguel Gilang Wicaksono**

**NPM: 190324719**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2023**

**PENGARUH *GREEN BRAND POSITIONING*, *GREEN BRAND KNOWLEDGE*,  
DAN *GREEN BRAND ATTITUDE* TERHADAP  
*GREEN PRODUCT PURCHASE INTENTION* LAYANAN JASA PASTI ANGKUT  
(STUDI PADA KONSUMEN PASTI ANGKUT KABUPATEN BANTUL)**

**Skripsi**

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

**Pada Program Studi Manajemen**

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



**Disusun oleh:**

**Mixguel Gilang Wicaksono**

**NPM: 190324719**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2023**

Skripsi

**PENGARUH GREEN BRAND POSITIONING, GREEN BRAND KNOWLEDGE,  
DAN GREEN BRAND ATTITUDE TERHADAP  
GREEN PRODUCT PURCHASE INTENTION LAYANAN JASA PASTI ANGKUT  
(STUDI PADA KONSUMEN PASTI ANGKUT KABUPATEN BANTUL)**



Disusun oleh:

**Mixguel Gilang Wicaksono**

**NPM: 190324719**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Pembimbing**

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Daniel Yudistya Wardhana', is placed below the 'Pembimbing' label.

**Daniel Yudistya Wardhana, SE., MEI.**

**13 Juli 2023**

Skripsi

**PENGARUH *GREEN BRAND POSITIONING*, *GREEN BRAND KNOWLEDGE*,  
DAN *GREEN BRAND ATTITUDE* TERHADAP  
*GREEN PRODUCT PURCHASE INTENTION* LAYANAN JASA PASTI ANGKUT  
(STUDI PADA KONSUMEN PASTI ANGKUT KABUPATEN BANTUL)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Mixguel Gilang Wicaksono**

**NPM: 190324719**

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 7 Agustus 2023

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)

Program Studi Manajemen

**SUSUNAN PANITIA PENGUJI**

**Ketua Panitia Penguji**



**Parnawa Putranta, MBA., Ph.D.**

**Anggota Panitia Penguji**



**Nadia Nila Sari, SE., MBA.**



**Daniel Yudistya Wardhana, SE., MEL.**

Yogyakarta, 7 Agustus 2023

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



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

FAKULTAS BISNIS  
DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

## HALAMAN PERNYATAAN

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

**PENGARUH *GREEN BRAND POSITIONING*, *GREEN BRAND KNOWLEDGE*,  
DAN *GREEN BRAND ATTITUDE* TERHADAP  
*GREEN PRODUCT PURCHASE INTENTION* LAYANAN JASA PASTI ANGKUT  
(STUDI PADA KONSUMEN PASTI ANGKUT KABUPATEN BANTUL)**

benar – benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak 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 sudah saya dapatkan dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, - Juli 2023

Yang menyatakan,



Mixguel Gilang Wicaksono

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat, pendampingan, dan kasih-Nya dari awal perjalanan perkuliahan ini dimulai hingga akhirnya peneliti mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Green Brand Positioning, Green Brand Knowledge, dan Green Brand Attitude Terhadap Green Product Purchase Intention Layanan Jasa Pasti Angkut (Studi Pada Konsumen Pasti Angkut Kabupaten Bantul)*”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1) Program Studi Manajemen. Skripsi ini dapat peneliti selesaikan atas berkat dan dukungan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak di sekitar peneliti. Secara khusus peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu senantiasa memberikan berkat, rahmat, penyertaan, dan kekuatan sehingga penulisan skripsi ini dapat selesai.
2. Keluarga penulis, Bapak Wahyu Widarko, Ibu Margaretha Lili Setianingsih, yang selalu memberikan motivasi, doa, semangat, dan dukungan.
3. Ignatia Friska Safitri yang selalu memberikan semangat melalui kata kata dan juga pendanaan dalam menjaga kesehatan penulis, melalui cintanya yang begitu luar biasa.
4. Fransisca Feby Tyas Pradayu sebagai partenr dari penulis yang mampu memberikan energi positif bagi penulis, sebagai mentor serta kekasih yang senantiasa memberika doa dan dukungan yang begitu tulus.

5. Alexander Ferdi sebagai teman yang selalu menemani dikala gabut serta memberika suasana penghiburan dikala penlulis mengalami kebuntuan.
6. Daniel Yudistya Wardhana, SE., MEI. sebagai dosen pembimbing penulis yang memberikan arahan serta pemikiran dalam membantu menyelesaikan penelitian ini.
7. Perusahaan Pasti Angkut yang telah memberikan izin dan kesempatan penulis dalam melakukan penelitian serta kesediaannya untuk memberikan data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini .

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dikarenakan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki. Akhir kata, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat semakin bermanfaat bagi para pembaca dan berbagai pihak yang bersangkutan. Terima kasih dan Tuhan Yesus memberkati.

## HALAMAN MOTTO

**“Tidak ada yang salah dalam menentukan sebuah pilihan, justru yang akan menjadi salah ketika kamu memilih lalu mengeluh”**

**“Janganlah hendaknya kamu khawatir tentang apapun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur.”**

**Filipi 4 Ayat 6**





## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
HALAMAN MOTTO.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	12
1.3. Tujuan Penelitian .....	13
1.4. Manfaat Penelitian .....	13
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada:.....	13
1.5. Batasan Masalah .....	14
1.6. Sistematika Penulisan .....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	16
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 <i>Green Marketing</i> .....	16
2.1.2 <i>Green Brand Positioning</i> .....	16
2.1.3 <i>Green Brand Knowledge</i> .....	19
2.1.4 <i>Green Brand Attitude</i> .....	19
2.1.5 <i>Green Product Purchase Intention</i> .....	22
2.2 Penelitian Terdahulu .....	24
2.3 Kerangka Penelitian .....	28
2.3.1 <i>Green Brand Positioning Terhadap Green Product Purchase Intention</i> .....	28
2.3.2 <i>Green Brand Knowledge Terhadap Green Products Purchase Intention</i> .....	29
2.3.3 <i>Green Brand Attitude Terhadap Green Products Purchase Intention</i> .....	30

2.4 Hipotesis .....	31
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1. Lingkup Penelitian .....	32
3.1.1. Jenis Penelitian.....	32
3.1.2. Populasi Penelitian.....	32
3.1.3. Sampel Penelitian.....	32
3.2. Metode Pengumpulan Data.....	34
3.2.1 Operasionalisasi Variabel .....	35
3.2.2 Data Penelitian .....	39
3.2.3 Instrumen Penelitian .....	40
3.3 Metode Pengukuran Data.....	40
3.4 Metode Pengujian Instrumen .....	41
3.4.1 Uji Validitas .....	41
3.4.2 Uji Reliabilitas .....	42
3.5 Metode Analisis Data.....	42
3.5.1 Analisis Deskriptif .....	42
3.5.2. Analisis Regresi Berganda.....	44
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>48</b>
4.1. Uji Validitas .....	48
4.2. Uji Reliabilitas .....	49
4.3. Analisis Demografi Responden .....	49
4.4. Statistik Deskriptif .....	52
4.5. Uji F .....	55
4.6. Uji t .....	56
4.7. Uji Koefisien Determinasi (Uji R-Square).....	57
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>59</b>
5.1. Kesimpulan .....	60
5.2 Implikasi Manajerial .....	60
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	64
5.4. Saran .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>65</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>69</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Halaman .....	25
Tabel 3.1 Halaman .....	35
Tabel 4.1 Halaman .....	48
Tabel 4.2 Halaman .....	49
Tabel 4.3 Halaman .....	49
Tabel 4.4 Halaman .....	50
Tabel 4.5 Halaman .....	50
Tabel 4.6 Halaman .....	51
Tabel 4.7 Halaman .....	51
Tabel 4.8 Halaman .....	52
Tabel 4.9 Halaman .....	55
Tabel 4.10 Halaman .....	56
Tabel 4.11 Halaman .....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Halaman .....	2
Gambar 1.2 Halaman .....	3



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I.....	69
Lampiran II.....	76
Lampiran III .....	89



**PENGARUH GREEN BRAND POSITIONING, GREEN BRAND KNOWLEDGE,  
DAN GREEN BRAND ATTITUDE TERHADAP  
GREEN PRODUCT PURCHASE INTENTION LAYANAN JASA PASTI ANGKUT  
(STUDI PADA KONSUMEN PASTI ANGKUT KABUPATEN BANTUL)**

**Disusun Oleh :**

**Mixguel Gilang Wicaksono**

**NPM : 190324719**

**Pembimbing :**

**Daniel Yudistya Wardhana, SE., MEI.**

**Program Studi Manajemen**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika**

**Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

**Jl. Babarsari No. 43-44, Yogyakarta**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menyelesaikan permasalahan yang berhubungan dengan pengaruh *green brand positioning*, *green brand knowledge*, dan *green brand attitude* terhadap *green product purchase intention* layanan jasa Pasti Angkut pada konsumen Pasti Angkut di Kabupaten Bantul.

Penelitian ini bersifat empiris kuantitatif dengan pengujian hipotesis dan data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survei dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner disebar mulai tanggal 21 Juni – 1 Juli 2023 ke konsumen Pasti Angkut Kalurahan Panggunharjo Bantul. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Jumlah responden adalah sebanyak 100 responden dan seluruh data yang didapat oleh peneliti dapat diolah. Pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS.

Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa *green brand positioning* dan *green brand attitude* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *green product purchase intention*, sedangkan *green brand knowledge* tidak berpengaruh terhadap *green product purchase intention*. Maka dari itu, perusahaan Pasti Angkut harus lebih mampu menjelaskan serta meyakinkan kualitas dari layanan jasa ramah lingkungan untuk membangun identitas merek yang unggul dan memperkuat pengetahuan pelanggan terhadap produk ramah lingkungan.

**Kata Kunci:** *Green Brand Positioning*, *Green Brand Knowledge*, *Green Brand Attitude*, *Green Product Purchase Intention*, Konsumen Pasti Angkut, Kabupaten Bantul