

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Yesus Kristus, yang telah memberikan tuntunan dan berkat yang melimpah hingga penelitian Tugas Akhir telah selesai tepat waktu. Penelitian yang berjudul “**Analisis Pengaruh *Green Product, Green Packaging, Green Advertising Terhadap Minat Beli Melalui Persepsi Konsumen Pada Starbucks di Indonesia***” dilakukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata Satu di Universitas Pelita Harapan, Tangerang.

Selama penulisan penelitian ini, penulis mendapatkan bantuan, bimbingan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak yang telah terlibat, yaitu:

1. Orang tua dan keluarga, yang telah memberikan bantuan, kasih sayang, serta doa kepada penulis.
2. Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, M.B.A., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan.
3. Ibu Isana S. C. Meranga, S.P., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Bapak Danet Arya Patria, S.E., M.B.A. selaku Ketua Konsentrasi Manajemen Ritel, sekaligus Dosen Pembimbing Tugas Akhir, yang telah meluangkan waktu untuk memberikan saran, bantuan, dan dukungan kepada penulis selama pengerjaan tugas akhir.

5. Ibu Dr. Margaretha Pink Berlianto S.E., M.M., Ak., CA. selaku Dosen Pembimbing Akademik dari penulis.
6. Seluruh dosen Manajemen yang telah memberikan ilmu selama proses perkuliahan di Universitas Pelita Harapan.
7. Agnes Prasetyo dan Valent selaku anggota kelompok pada tugas akhir, yang telah membantu, memberi saran, dan dukungan selama pengerjaan tugas akhir.
8. Jason Nicholas Kentjana yang selalu menemani, membantu, memberikan dukungan, dan doa kepada penulis, hingga tugas akhir selesai.
9. Grup KTB (Audrey, Alecia, Agnes, Devona, Feli, Jessica, dan Naura), Mega, Angeline, Brenda, dan Via yang telah membantu dan memberikan dukungan dari awal perkuliahan hingga akhir.
10. Grup PERMEN (Rahel dan Jeju) yang telah mendukung dan mendengarkan curahan hati penulis.
11. Teman-teman dari Mentoring Universitas Pelita Harapan yang telah memberikan bantuan dan dukungan.
12. Seluruh pihak yang terlibat dan tidak dapat disebutkan satu per satu.

Tangerang, 25 November 2020

Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL PENELITIAN	i
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	16
1.4.2 Manfaat Praktis	16
1.5 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II.....	18
TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Industri Kedai Kopi.....	18
2.2 Green Marketing.....	19
2.3 Green Consumer.....	20
2.4 Konstruk / Variabel	23
2.4.1 Green Product	23
2.4.2 Green Packaging.....	25
2.4.3 Green Advertising.....	27
2.4.4 Persepsi Konsumen.....	28
2.4.5 Minat Beli	29
2.5 Pengajuan Hipotesis	31

2.5.1 Pengaruh <i>Green Product</i> Terhadap Persepsi Konsumen.....	31
2.5.2 Pengaruh <i>Green Packaging</i> Terhadap Persepsi Konsumen	32
2.5.3 Pengaruh <i>Green Advertising</i> Terhadap Persepsi Konsumen	33
2.5.4 Pengaruh <i>Green Product</i> Terhadap Minat Beli	33
2.5.5 Pengaruh <i>Green Packaging</i> Terhadap Minat Beli.....	34
2.5.6 Pengaruh <i>Green Advertising</i> Terhadap Minat Beli.....	35
2.5.7 Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Minat Beli	36
2.6 Model Penelitian.....	37
BAB III.....	38
METODE PENELITIAN	38
3.1 Objek Penelitian	38
3.2 Unit Analisis.....	39
3.3 Tipe Penelitian.....	40
3.4 Definisi Konseptual & Definisi Operasional Variabel.....	41
3.5 Populasi dan Sampel.....	45
3.5.1 Penentuan Jumlah Sampel	46
3.5.2 Metode Penarikan Sampel	47
3.6 Metode Pengumpulan Data	48
3.7 Metode Analisis Data	49
3.7.1 Model Pengukuran.....	49
3.7.2 Model Struktural.....	50
3.8 Pengujian Instrumen Penelitian.....	51
3.8.1 Uji Validitas	51
3.8.2 Uji Reliabilitas	52
3.8.3 Hasil Uji Instrumen Pendahuluan.....	52
3.8.3.1 Uji Validitas	53
3.8.3.2 Uji Validitas	56
BAB IV	58
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Profil Responden	58
4.1.1 Jenis Kelamin.....	59
4.1.2 Usia	59

4.1.3 Domisili	60
4.1.4 Pendidikan Terakhir.....	61
4.1.5 Pekerjaan.....	62
4.1.6 Penghasilan Setiap Bulan.....	63
4.1.7 Pentingnya Isu Lingkungan dalam Memilih Produk	64
4.2 Deskripsi Konstruk Penelitian	65
4.3 Analisis Data Penelitian	68
4.3.1 Hasil Uji Model Pengukuran	68
4.3.1.1 Uji Validitas	69
4.3.1.2 Uji Reliabilitas	71
4.3.2 Hasil Uji Model Struktural	72
4.3.2.1 Variance Inflation Factor (VIF)	73
4.3.2.3 R ²	73
4.3.2.2 Hipotesis.....	74
4.4 Pembahasan	77
BAB V.....	81
KESIMPULAN DAN SARAN.....	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Implikasi Teoritis.....	82
5.3 Implikasi Manajerial.....	83
5.4 Keterbatas Penelitian	87
5.5 Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konsumsi Kopi Indonesia	1
Gambar 1.2 Pangsa Pasar Kedai Kopi Di Indonesia (2019)	7
Gambar 1.3 Laporan Penjualan Starbucks (dalam USD).....	10
Gambar 2.1 Model Penelitian	37
Gambar 4.1 Hasil Uji Model Pengukuran.....	68
Gambar 4.2 Hasil Uji Model Struktural.....	72



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Sumber Sampah Plastik Di Laut Pada Tahun 2018	3
Tabel 1.2 Indeks 10 Jenis Sampah Terbanyak Di Lautan Setiap Tahun (Indonesia)	4
Tabel 1.3 Indeks Ketidakpedulian Lingkungan Setiap Pulau	6
Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional.....	41
Tabel 3.2 Uji Instrumen Pendahuluan Berdasarkan <i>Outer Loadings</i>	53
Tabel 3.3 Uji Studi Pendahuluan Berdasarkan <i>Average Variance Extracted</i> / AVE	54
Tabel 3.4 Uji Studi Pendahuluan Berdasarkan <i>Average Variance Extracted</i> / AVE Baru	55
Tabel 3.5 Uji Studi Pendahuluan Berdasarkan <i>Discriminant Validity</i>	56
Tabel 3.6 Uji Studi Pendahuluan Berdasarkan <i>Composite Reliability</i>	57
Tabel 3.7 Uji Studi Pendahuluan Berdasarkan <i>Cronbach's Alpha</i>	57
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	60
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	61
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	62
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan Setiap Bulan.....	63
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Pentingnya Isu Lingkungan dalam Memilih Produk	64
Tabel 4.8 Deskripsi Konstruk Penelitian	65
Tabel 4.9 Klasifikasi Kategori Jawaban.....	66
Tabel 4.10 Hasil Uji Model Pengukuran Berdasarkan <i>Outer Loadings</i>	69
Tabel 4.11 Hasil Uji Model Pengukuran Berdasarkan <i>Average Variance Extracted</i> / AVE	70
Tabel 4.12 Hasil Uji Model Pengukuran Berdasarkan <i>Discriminant Validity</i>	71
Tabel 4.13 Hasil Uji Model Pengukuran Berdasarkan <i>Composite Reliability</i>	72
Tabel 4.14 Hasil Uji Model Struktural Berdasarkan <i>Variance Inflation Factor</i> (VIF).....	73
Tabel 4.15 Hasil Uji Model Struktural Berdasarkan R^2	73
Tabel 4.16 Hasil Uji Model Struktural Berdasarkan Hipotesis.....	74
Tabel 5.1 Perbandingan Hasil Penelitian Saat Ini dan Terdahulu.....	82