

**PENGARUH *GREEN MARKETING* TERHADAP NILAI YANG
DIPERSEPSIKAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA STARBUCKS
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF GREEN MARKETING ON PERCEIVED VALUE
AND PURCHASE DECISION AT STARBUCKS
(Case Study on Students Muhammadiyah University of Yogyakarta)***

SKRIPSI



Oleh :

**MUHAMMAD RIZKY RAMADHAN
20140410435**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2019**

**PENGARUH *GREEN MARKETING* TERHADAP NILAI YANG
DIPERSEPSIKAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA STARBUCKS
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF GREEN MARKETING ON PERCEIVED VALUE
AND PURCHASE DECISION AT STARBUCKS
(Case Study on Students Muhammadiyah University of Yogyakarta)***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh :

**MUHAMMAD RIZKY RAMADHAN
20140410435**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2019**

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Muhammad Rizky Ramadhan

Nomer Mahasiswa : 20140410435

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: “**PENGARUH *GREEN MARKETING* TERHADAP NILAI YANG DIPERSEPSIKAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA STARBUCKS (Studi Pada Mahasiswa Univesitas Muhammadiyah Yogyakarta)**” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan

Yogyakarta, 8 Juli 2019

Muhammad Rizky Ramadhan

MOTTO

MAN JADDA WAJADA

MAN SARA ALA DARBI WASHALA

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.

Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.”

(QS. Al Insyirah : 5-6)

“Barang siapa yang bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhan tersebut
untuk kebaikan dirinya sendiri.”

(QS. Al Ankabut : 6)

PERSEMBAHAN

Rasa syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, nikmat dan hidayah yang diberikan kepada penulis, karena atas kehendak-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir kuliah jenjang S1 yang berupa skripsi. Dengan bangga skripsi ini persembahkan untuk :

1. Abah dan Umi selaku orang tua yang selalu memberi dukungan selama kuliah dan menyelesaikan skripsi ini dalam bentuk dukungan, semangat serta doa yang telah dipanjatkan sehingga penulis selalu dalam lindungan Allah SWT dan dengan terselesainya skripsi dan pendidikan S1 ini dapat membuat orang tua bahagia.
2. Saudara kandung, sahabat, teman dan yang lainnya. Yang selalu memberikan semangat untuk penulis dalam menyelesaikan tugas skripsi ini, terima kasih banyak.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kemudahan, dan rahmat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Green Marketing* terhadap Nilai Yang Dipersepsikan dan Keputusan Pembelian pada Starbucks (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan kepada perusahaan Starbucks dan dapat memberikan ide pengembangan bagi peneliti selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukugan berbagai pihak oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Gunawan Budiyanto M.P, Ir., Dr. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Rizal Yahya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Retno Widowati PA, M.Si, Ph.d. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

4. Bapak Sutrisno Wibowo, S.E., M.M. Selaku dosen pembimbing, dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian tugas akhir (skripsi).
5. Abah dan Umi seta saudara- saudaraku yang senantiasa memberikan semangat, dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.
6. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi).

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu kritik, saran dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk skripsi dengan topik ini

Yogyakarta, Juli 2019

Muhammad Rizky Ramadhan

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iv |
| HALAMAN PERNYATAAN | v |
| HALAMAN MOTTO | vi |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vii |
| INTISARI..... | viii |
| ABSTRACT | ix |
| KATA PENGANTAR | xi |
| DAFTAR ISI | xii |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Penelitian | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 5 |
| C. Tujuan Penelitian | 5 |
| D. Manfaat Penelitian | 6 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 7 |
| A Landasan Teori | 7 |
| 1. Green Marketing | 7 |
| 2. Nilai Yang Dipersepsikan | 8 |
| 3. Keputusan Pembelian | 10 |

| | |
|---|----|
| B Hasil Penelitian Terdahulu | 13 |
| C Hipotesis | 16 |
| D Model Penelitian | 22 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 24 |
| A. Objek dan Subjek Penelitian | 24 |
| B. Jenis Data | 24 |
| C. Teknik Pengambilan Sampel | 24 |
| D. Teknik Pengumpulan Data | 25 |
| E. Definisi Operasional Variabel | 26 |
| F. Uji Kualitas Instrumen | 27 |
| G. Analisis Data dan Uji Hipotesis | 28 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 32 |
| A. Gambaran Umum Obyek/subyek Penelitian | 32 |
| B. Uji Kualitas Instrumen dan Data | 34 |
| C. Statistik Deskriptif | 36 |
| D. Hasil Analisis Data | 37 |
| E. Pengujian Hipotesis | 47 |
| BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN | 52 |
| A. Simpulan | 52 |
| B. Saran | 52 |
| C. Keterbatasan Penelitian | 53 |
| DAFTAR PUSTAKA | 54 |
| LAMPIRAN | 57 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| 1.1 Data Cofee Shop Berdasarkan Top Brand Award | 2 |
| 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu | 13 |
| 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian | 26 |
| 3.2 Goodness of Fit Indices..... | 31 |
| 4.1 Hasil Pengumpulan Data | 33 |
| 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 34 |
| 4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas | 35 |
| 4.4 Statistik Deskriptif Variabel <i>Green Msrketing</i> | 36 |
| 4.5 Statistik Deskriptif Variabel Nilai Yang Dipersepsikan | 36 |
| 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian | 37 |
| 4.7 Hasil Uji Normalitas | 40 |
| 4.8 Hasil Pengujian Outliers | 41 |
| 4.9 Notes For Model | 44 |
| 4.10 Goodness of Fit | 45 |
| 4.11 Hubungan Antar Variabel | 47 |
| 4.12 Standardized Direct Effects | 50 |
| 4.13 Standardized Indirect Effects | 50 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| 2.1 Model Penelitian | 23 |
| 4.1 Diagram Alur | 38 |
| 4.2 Persamaan Struktural | 39 |
| 4.3 Nilai Batas Mahalonobis Distance | 41 |