

**PENGARUH *GREEN PRODUCT KNOWLEDGE*, *CONSUMER PERCEPTION*,
DAN *PERCEIVED PRICE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *GREEN*
*PRODUCT STARBUCKS YOGYAKARTA***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan
Yogyakarta



Disusun oleh:

Eshin Selina

2000011165

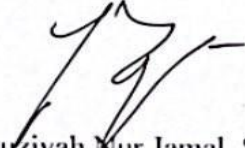
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN
YOGYAKARTA**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN
PENGARUH *GREEN PRODUCT KNOWLEDGE*, *CONSUMER PERCEPTION*,
DAN *PERCEIVED PRICE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *GREEN*
***PRODUCT* STARBUCKS YOGYAKARTA**



Pembimbing


Fauziyah Nur Jamal, S.E., M.M., Ph.D
NIPM. 198306102021090111397105

Tanggal, 24 Juli 2024

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH *GREEN PRODUCT KNOWLEDGE*, *CONSUMER PERCEPTION*,
DAN *PERCEIVED PRICE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *GREEN
PRODUCT* STARBUCKS YOGYAKARTA**

Diajukan Oleh:

ESHIN SELINA

2000011165

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan Dewan Penguji Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta

Tanggal: 24 Juli 2024

Yang terdiri dari

Ketua,

Dr. Ema Nurmayana, S.E., M.M.

NIPM. 198306102021090111397105

Anggota I,

Anggota II,

Fauziah Nur Jamal, S.E., M.M., Ph.D
NIPM. 198306102021090111397105

Adhitya Rechandy C, S.E., M.M., CFP
NIPM. 19920126201810111311364

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Ahmad Dahlan



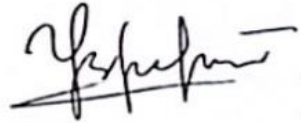
Dr. Dini Yuniarti, S.E., M.Si., CIO nR
NIPM. 197006201996010110784345

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul **Pengaruh *Green Product Knowledge, Consumer Perception, dan Perceived Price Terhadap Keputusan Pembelian Green Product Starbucks Yogyakarta*** ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.


Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan hal-hal tersebut diatas yakni mengakui karya orang lain seolah-olah sebagai karya saya sendiri, maka dengan ini saya menyatakan menarik skripsi saya, selanjutnya ijazah dan gelar yang telah saya terima dari universitas saya nyatakan gugur.

Yogyakarta, 22 Juli 2024
Yang menyatakan




Eshin Selina
NIM. 2000011165

Saksi I, Ketua Tim Penguji




Dr. Ema Nurmaya, S.E., M.M
NIPM. 198306102021090111397105

Saksi 2, Anggota Tim Penguji



Fauziah Nur Jamal, S.E., M.M., Ph.D
NIPM. 198306102021090111397105

Saksi 2, Anggota Tim Penguji



Adhitya Rechandy C, S.E., M.M., CFP
NIPM. 199201262018101111311364

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Eshin Selina

NIM : 2000011165

E-Mail : eshin2000011165@webmail.uad.ac.id

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Judul Tugas Akhir : **Pengaruh *Green Product Knowledge, Consumer Perception, dan Perceived Price Terhadap Keputusan Pembelian Green Product Starbucks Yogyakarta***

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Hasil karya saya ini asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik Universitas Ahmad Dahlan maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Hasil karya ini bukan terjemahan melainkan merupakan gagasan rumusan dan hasil pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Dalam karya saya tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya say ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Ahmad Dahlan.

Yogyakarta, 22 Juli 2024

Yang menyatakan



Eshin Selina

NIM. 2000011165

PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Eshin Selina
NIM : 2000011165
E-Mail : eshin2000011165@webmail.uad.ac.id
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Tugas Akhir : *Pengaruh Green Product Knowledge, Consumer Perception, dan Perceived Price Terhadap Keputusan Pembelian Green Product Starbucks Yogyakarta*

Dengan ini saya menyatakan hak sepenuhnya kepada Pusat Sumber Belajar Universitas Ahmad Dahlan untuk menyimpan, mengatur, serta melakukan pengolahan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut (beri tanda pada kotak):

Saya mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repository Pusat Belajar Universitas Ahmad Dahlan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Mengetahui Pembimbing



Fauziyah Nur Jamal, S.E., M.M., Ph.D
NIPM. 198306102021090111397105

Yogyakarta, 22 Juli 2024



Eshin Selina
NIM. 2000011165

MOTTO

مَنْ رَجَى وَيَسْتَعِزُّ بِظِلِّهِ يَكْفُرْ
مَنْ رَجَى وَيَسْتَعِزُّ بِظِلِّهِ يَكْفُرْ
مَنْ رَجَى وَيَسْتَعِزُّ بِظِلِّهِ يَكْفُرْ

Barang siapa yang bersungguh-sungguh kelak ia akan berhasil, barang siapa yang bersabar maka ia termasuk orang yang beruntung, dan barang siapa yg berjalan dijalurnya maka akan sampai ketujuan (Syair Arab)

KATA PENGANTAR



Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan limpahan rahmat, dan hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul **Pengaruh *Green Product Knowledge, Consumer Perception, dan Perceived Price Terhadap Keputusan Pembelian Green Product Starbucks Yogyakarta*** skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.

Penulis sadar bahwasanya dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan dukungan dan bantuan. Skripsi ini ada berkat do'a, motivasi, bantuan serta bimbingan yang sangat besar dari berbagai pihak. Maka dari itu, penullis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Mukhlas, M.T selaku Rektor Universitas Ahmad Dahlan, yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk menyelesaikan Pendidikan tinggi di Universitas Ahmad Dahlan.
2. Ibu Dr. Dini Yuniarti, S.E., M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan yang telah memberikan izin atas penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Tina Sulistiyani, S.E., M.M selaku ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan yang telah menyetujui proposal penulis untuk penelitian lebih lanjut.

4. Ibu Dr. Fauziah Nur Jamal, S.E., M.M selaku dosen pembimbing skripsi yang senantiasa memberikan nasihat serta bimbingan kepada penulis selama proses penelitian dan penyusunan skripsi berlangsung, sehingga skripsi ini terselesaikan.
5. Kepada dewan penguji yang telah memberikan kesempatan, saran, dan masukan kepada penulis untuk menyempurnakan hasil penelitian ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan yang telah memberikan dan menyalurkan ilmunya selama masa perkuliahan.
7. Seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan yang terlibat dalam membantu selama masa perkuliahan.
8. Kepada Bapak Indra Gunawan dan Ibu Lima Lestari selaku orang yang paling penulis cintai dan sayangi, yang selalu mendo'akan serta memberi dukungan dalam bentuk apapun, dan tanpa kenal lelah selalu memenuhi keinginan penulis agar mempunyai hidup yang terfasilitasi dengan baik. Yang telah berjuang sepenuhnya agar anak perempuan pertamanya mendapatkan gelar sarjana, dengan harapan agar mempunyai kehidupan yang lebih baik lagi untuk kedepannya.
9. Seluruh teman-teman penulis yang terlibat dalam kehidupan masa perkuliahan ini yang selalu memberikan dukungan, saran, dan semangat selama masa perkuliahan hingga selesainya skripsi ini.

10. Seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini dan seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuannya hingga selesainya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak kekurangan dan kesalahan, oleh karena itu kritik dan saran yang dapat membangun akan membantu menyempurnakan penelitian ini. Penulis harap semoga penelitian dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak.

Yogyakarta, 16 Juni 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Eshin Selina', with a horizontal line underneath.

Eshin Selina

ABSTRAK

Tindakan praktis untuk mengurangi permasalahan lingkungan hidup adalah gerakan perlindungan serta kesadaran terhadap lingkungan. Konsumen yang memiliki kesadaran lingkungan tinggi cenderung lebih tertarik untuk membeli produk ramah lingkungan atau *green product*. Mereka menganggap pembelian produk ini sebagai bentuk kontribusi terhadap pelestarian lingkungan. Perusahaan harus melakukan inovasi untuk meningkatkan kualitas produk, harga dan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan keputusan pembelian *green product* dengan variabel-variabel yang mendukungnya. Penelitian ini diselesaikan dengan menggunakan metode kuantitatif yaitu dengan mengidentifikasi hubungan keputusan pembelian *green product* dan faktor pendukungnya. Identifikasi dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Modelling (SEM)-Partial Least Squares (PLS)*. Dengan responden sebanyak 100 sampel. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa hubungan antar variabel pendukung yaitu *green product knowledge*, *consumer perception*, *perceived price* terhadap keputusan pembelian *green product* adalah positif dan signifikan. Manfaat penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi dan pertimbangan yang bermanfaat bagi Starbucks Coffee dalam menerapkan pemasaran *green product*, serta diharapkan dapat menjadi acuan bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian serupa sehingga dapat melakukan perbandingan dalam proses melakukan penelitian dan diharapkan dapat mengkombinasi dengan variabel-variabel lain untuk digunakan ke subjek penelitian yang berbeda dengan jumlah responden yang lebih banyak untuk memperluas ilmu pengetahuan tentang pemasaran dimasyarakat.

Kata Kunci: *Green product knowledge; Consumer perception; Perceived price; Green product purchasing decisions.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES.....	v
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori	9
1. Marketing (Pemasaran).....	9
2. Green Marketing (Pemasaran Hijau).....	10
3. Green Product (Produk Hijau).....	16
4. Green Product Knowledge (Pengetahuan Produk Hijau).....	17
5. Consumer Perception (Persepsi Konsumen)	18
6. Perceived Price (Harga yang dirasakan).....	20
7. Keputusan Pembelian	21
B. Penelitian Terdahulu.....	23

C. Pengembangan Hipotesis.....	24
D. Model Penelitian.....	28
BAB III.....	29
METODE PENELITIAN	29
A. Populasi dan Sampel	29
1. Pupulasi	29
2. Sampel.....	29
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	30
B. Jenis dan Sumber Data	31
C. Teknik Pengumpulan Data	31
D. Skala Pengukuran	32
E. Definisi Operasional Variabel	33
1. Uji Validitas.....	34
2. Uji Reliabilitas.....	35
G. Analisa Model Pengukuran (Outer Model).....	36
1. Convergent Validity	36
2. Composite Reliability	36
3. Cronbach Alpha.....	37
4. Discriminant Validity	37
5. Avarage Variance Extracted (AVE).....	37
H. Analisa Model Struktural (Inner Model).....	38
1. R-Square (R^2)	38
2. Path Coefficient.....	38
3. F-Square	39
I. Uji Hipotesis.....	39
BAB IV	40
ANALISIS DATA.....	40
A. Deskripsi Objek Penelitian	40
1. Pengumpulan Data.....	40
2. Analisis Deskriptif.....	41
B. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model).....	44
1. Uji Validitas.....	45
2. Uji Reliabilitas.....	49
C. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	50
1. R-Square (R^2)	50
2. Path Coefficient.....	51

3. F-Square	53
D. Uji Hipotesis.....	53
E. Pembahasan.....	55
BAB V.....	60
PENUTUP.....	60
A. Kesimpulan.....	60
B. Keterbatasan Penelitian	60
C. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian.....	28
Gambar 4.1 Measurement Model.....	45

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	333
Tabel 4.1 Tingkat Pengembalian Kuesioner.....	40
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	41
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	42
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan.....	43
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	44
Tabel 4.7 Nilai Loading Factor Variabel Green Product Knowledge	46
Tabel 4.8 Nilai Loading Factor Variabel Consumer Perception	46
Tabel 4.9 Nilai Loading Factor Variabel Perceived Price	47
Tabel 4.10 Nilai Loading Factor Variabel Keputusan Pembelian GreenProduct....	47
Tabel 4.11 Nilai Discriminant Validity (Cross Loading).....	49
Tabel 4.12 AVE, Composite Reliability, dan Cronbach's Alpha.....	50
Tabel 4.13 R-Square.....	51
Tabel 4.14 Path Coefficient.....	52
Tabel 4.15 F-Square	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	67
Lampiran 2 Identitas Responden	68
Lampiran 3. Daftar Pernyataan.....	70
Lampiran 4. Tabulasi Data Kuesioner Green Product Knowledge, Consumer Perception, dan Perceived Price	73
Lampiran 5. Tabulasi Data Kuesioner Keputusan Pembelian Green Product.....	77
Lampiran 6. Hasil Uji Model Struktural Menggunakan SmartPLS 4.0	82