

SKRIPSI
PENGARUH *GREEN MARKETING*, *BRAND AWARENESS*, *PRODUCT*
***QUALITY*, DAN *PRICE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**
PRODUK KOPI STARBUCKS
(STUDI PADA STARBUCKS DUTA MALL BANJARMASIN)



Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen

Oleh:

NAILI ARIFAH

NIM. 1910312220063

PROGRAM STUDI: MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN

2024

LEMBAR LEGALITAS

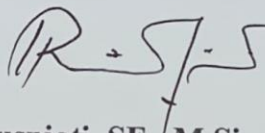
PENGARUH *GREEN MARKETING*, *BRAND AWARENESS*, *PRODUCT QUALITY*, DAN *PRICE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOPI STARBUCKS (STUDI PADA STARBUCKS DUTA MALL BANJARMASIN)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

NAILI ARIFAH
NIM. 1910312220063

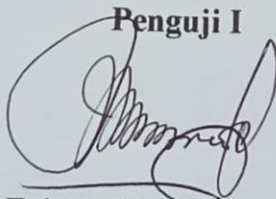
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji tanggal 4 Oktober 2024
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Pembimbing



Rusniati, SE., M.Si
NIP. 19721117 199702 2 004

Penguji I



H. Ikhwan Faisal, SE., M.Si., Ak., CA., ACPA
NIP. 19700209 199303 1 003

Penguji II



Abdul Hadi, SE., M.Si
NIP. 19700707 200501 2 001

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Lambung Mangkurat



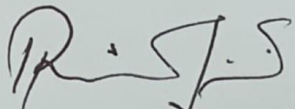
Abdul Hadi, SE., M.Si
NIP. 19700707 200501 2 001

LEMBAR PENGESAHAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
BANJARMASIN

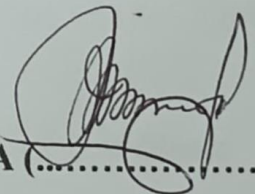
Nama : Naili Arifah
NIM : 1910312220063
Jurusan/Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Green Marketing*, *Brand Awareness*, *Product Quality*, dan *Price* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Starbucks (Studi Pada Starbucks Duta Mall Banjarmasin)
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Jumat, 4 Oktober 2024 (Pukul 13.30 - 15.30 WITA)

Tim Penguji

Pembimbing : Rusniati, SE., M.Si


(.....)

Penguji I H. Ikhwan Faisal, SE., M.Si., Ak., CA., ACPA (.....)



Penguji II : Abdul Hadi, SE., M.Si

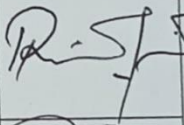



(.....)

LEMBAR BERITA ACARA PERBAIKAN

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat dibawah ini:

Nama : Naili Arifah
NIM : 1910312220063
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Green Marketing, Brand Awareness, Product Quality*, dan *Price* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Starbucks (Studi Pada Starbucks Duta Mall Banjarmasin)
Hari, Tanggal Ujian : Jumat, 4 Oktober 2024
Waktu Ujian : 13.30 - 15.30 WITA
Tempat : Ruang Sidang II Gd. Post Graduate FEB ULM

Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran Tim Penguji

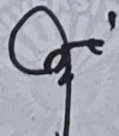
No	Nama Tim Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	<u>Rusniati, SE., M.Si</u> NIP. 19721117 199702 2 004	Pembimbing	
2	<u>H. Ikhwan Faisal, SE., M.Si., Ak., CA., ACPA</u> NIP. 19700209 199303 1 003	Ketua	
3	<u>Abdul Hadi, SE., M.Si</u> NIP. 19700707 200501 2 001	Sekretaris	

Demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Tim Penguji.

Banjarmasin, 7 Oktober 2024

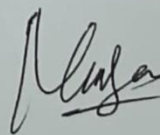
Mengetahui,

Koordinator Program Studi Manajemen


Abdul Hadi, SE., M.Si

NIP. 19700707 200501 2 001

Mahasiswa,



Naili Arifah

NIM. 1910312220063

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 07 Oktober 2024

Yang membuat pernyataan,



Naili Arifah

NIM. 1910312220063

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, rahmat, karunia, serta hidayahnya-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Adapun proposal skripsi ini berjudul **“Pengaruh *Green Marketing*, *Brand Awareness*, *Product Quality*, dan *Price* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Starbucks (Studi Pada Starbucks Duta Mall Banjarmasin)”**. Proposal skripsi ini ditulis untuk melengkapi persyaratan dalam memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan berupa materi maupun pikiran dari berbagai pihak dalam menghadapi hambatan dan kendala dalam proses penulisan skripsi ini. Berkat arahan, bimbingan, dan dukungan pihak-pihak tersebut akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Dengan segala hormat dan kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Yunani, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Abdul Hadi, SE., M.Si selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
3. Dr. Dian Masita Dewi, SE., MM selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing saya dari awal perkuliahan hingga sekarang dalam menyumbangkan pemikiran dan solusi yang dihadapi oleh penulis.

4. Ibu Dr. Tinik Sugiati, S.Pd., MM selaku Dosen Pembimbing sebelumnya dan Ibu Rusniati, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing pengganti yang telah memberikan pemikiran, saran, motivasi, serta bersedia meluangkan waktunya untuk mengarahkan dan membimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Bapak H. Ikhwan Faisal, SE., M.Si., Ak., CA., ACPA dan Bapak Abdul Hadi, SE., M.Si selaku Dosen Penguji I dan II yang telah memberikan kritik, saran, arahan, dan dukungan demi kesempurnaan skripsi ini.
6. Seluruh Bapak dan Ibu dosen pengajar di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah mendidik, membimbing dan memberikan ilmu yang bermanfaat untuk penulis.
7. Seluruh Staf Tata Usaha dan Staf Jurusan Manajemen yang telah membantu kelancaran administrasi dan studi penulis selama penulis menuntut ilmu.
8. Yayasan Karya Salemba Empat selaku pemberi beasiswa yang sudah mendukung penulis berupa finansial dan pembekalan sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan mendapatkan ilmu yang bermanfaat.
9. Seluruh responden yang telah bersedia mengisi kuesioner untuk membantu penulis dalam melakukan penelitian ini.
10. Kedua orang tua tercinta dan keluarga yang tidak kenal lelah dalam memotivasi, mendoakan, memberikan kasih sayang, dukungan moral maupun material, dan lain sebagainya yang tidak dapat penulis sebutkan sehingga penulis dapat melewati masa perkuliahan dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

11. Seluruh sahabat-sahabat dekat penulis lainnya yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah membantu dan memberikan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
12. Teman-teman satu dosen pembimbing yang telah ikut serta memberikan pemikiran dan dukungan kepada penulis dalam proses pembuatan skripsi ini.
13. Seluruh teman-teman dan sahabat-sahabat di lingkungan kampus FEB, kelas Manajemen C angkatan 2019, dan kelas konsentrasi pemasaran terutama teman dekat penulis selama perkuliahan yang telah memberikan semangat, bantuan dan dukungan yang tidak dapat diungkapkan dengan kata-kata.
14. Pihak-pihak terkait lainnya tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam skripsi ini.
15. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berjuang dan berusaha keras sejauh ini. Mampu mengontrol diri dari berbagai tekanan dan keadaan serta tidak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun proses yang dihadapi dalam penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Semoga dukungan dan bantuan yang diberikan memperoleh balasan yang paling baik dari Tuhan Yang Maha Esa. Penulis menyadari bahwa skripsi ini memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, sehingga penulis juga

mengharapkan masukan berupa saran dan kritik yang membangun dari semua pihak. Semoga penelitian ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Banjarmasin, 4 Oktober 2024

Penulis

Naili Arifah

1910312220063

ABSTRACT

Naili Arifah (2024) *The Influence of Green Marketing, Brand Awareness, Product Quality, and Price on Purchase Decision for Starbucks Coffee Products (Study at Starbucks Duta Mall Banjarmasin)*. Advisor: Rusniati.

The aim of this research is to analyze: (1) the influence of Green Marketing on purchase decisions for Starbucks coffee products; (2) the influence of Brand Awareness on purchase decisions for Starbucks coffee products; (3) the influence of Product Quality on purchase decisions for Starbucks coffee products; and (4) the influence of Price on purchase decisions for Starbucks coffee products.

This research is a quantitative reserch. The population of the study consists consumers of Starbucks Duta Mall Banjarmasin coffee products. The sample size for this research is 100 individuals. Non-probability sampling with purposive sampling method is used for sample selection. Data is collected through distributing closed questionnaires. Data analysis is performed using Multiple Linear Regression Analysis with the SPSS 29 software application.

The results of this study indicate that Green Marketing influences the purchasing decisions of Starbucks coffee products at Duta Mall Banjarmasin, Brand Awareness influences the purchasing decisions of Starbucks coffee products at Duta Mall Banjarmasin, Product Quality influences the purchasing decisions of Starbucks coffee products at Duta Mall Banjarmasin, and Price influences the purchasing decisions of Starbucks coffee products at Duta Mall Banjarmasin.

Keywords: *Green Marketing, Brand Awareness, Product Quality, Purchase Decision*

ABSTRAKSI

Naili Arifah (2024) Pengaruh *Green Marketing*, *Brand Awareness*, *Product Quality*, dan *Price* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Starbucks (Studi Pada Starbucks Duta Mall Banjarmasin). Pembimbing: Rusniati.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis: (1) pengaruh *Green Marketing* terhadap keputusan pembelian produk kopi Starbucks; (2) pengaruh *Brand Awareness* terhadap keputusan pembelian produk kopi Starbucks; (3) pengaruh *Product Quality* terhadap keputusan pembelian produk kopi Starbucks; dan (4) pengaruh *Price* terhadap keputusan pembelian produk kopi Starbucks.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian adalah konsumen produk kopi Starbucks Duta Mall Banjarmasin. Jumlah sampel penelitian ini adalah 100 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner tertutup. Teknik analisis data menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda dengan aplikasi software SPSS 29.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Green Marketing* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kopi Starbucks Duta Mall Banjarmasin, *Brand Awareness* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kopi Starbucks Duta Mall Banjarmasin, *Product Quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kopi Starbucks Duta Mall Banjarmasin, dan *Price* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kopi Starbucks Duta Mall Banjarmasin.

Kata kunci: *Green Marketing*, *Brand Awareness*, *Product Quality*, Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

LEMBAR LEGALITAS	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR BERITA ACARA PERBAIKAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRACT.....	ix
ABSTRAKSI	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Sistematika Pembahasan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Green Marketing	15
2.1.2 Brand Awareness	17
2.1.3 Product Quality	19
2.1.4 Price	21
2.1.5 Keputusan Pembelian	26
2.1.6 Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.1.7 Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.1.8 Pengaruh Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.1.9 Pengaruh Price Terhadap Keputusan Pembelian	32
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	34
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	44

3.1 Kerangka Konseptual	44
3.2 Hipotesis	44
BAB IV METODE PENELITIAN	48
4.1 Ruang Lingkup Penelitian	48
4.2 Jenis Penelitian	48
4.3 Tempat/Lokasi Penelitian	48
4.4 Unit Analisis	49
4.5 Populasi dan Sampel	49
4.5.1 Populasi	49
4.5.2 Sampel	49
4.6 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	51
4.6.1 Variabel	51
4.6.2 Definisi Operasional Variabel	53
4.7 Teknik Pengumpulan Data	58
4.8 Teknik Analisis Data	59
4.8.1 Statistik Deskriptif	59
4.8.2 Uji Validitas	59
4.8.3 Uji Reliabilitas	60
4.8.4 Analisis Regresi Linier Berganda	60
4.8.5 Uji Asumsi Klasik	61
4.8.6 Uji Hipotesis	64
4.8.7 Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R ²)	65
BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS	67
5.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	67
5.1.1 Profil Starbucks	67
5.1.2 Misi dan Nilai Starbucks	67
5.2 Hasil Penelitian dan Analisis	68
5.2.1 Karakteristik Responden	68
5.2.2 Analisis Statistik Deskriptif	73
5.2.3 Uji Validitas	83
5.2.4 Uji Reliabilitas	84

5.2.5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	86
5.2.6 Uji Asumsi Klasik.....	88
5.2.7 Uji Hipotesis	94
5.2.8 Koefisien Determinasi	96
5.2.9 Pembahasan Hasil Penelitian.....	97
5.2.10 Implikasi Hasil Penelitian.....	109
5.2.11 Keterbatasan Penelitian.....	119
BAB VI PENUTUP	120
6.1 Kesimpulan.....	120
6.2 Saran	120
DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	128

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Subkategori Café Kopi.....	10
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Sebelumnya	34
Tabel 4.1 Definisi Operasional Variabel.....	53
Tabel 5. 1 Jenis Kelamin Responden Penelitian	68
Tabel 5. 2 Usia Responden Penelitian.....	69
Tabel 5. 3 Domisili Responden Penelitian	70
Tabel 5. 4 Pendidikan Terakhir Responden Penelitian	71
Tabel 5. 5 Pekerjaan Responden Penelitian	71
Tabel 5. 6 Pendapatan Responden Penelitian	72
Tabel 5. 7 Kategorisasi Rata-Rata Skor Penilaian Responden	74
Tabel 5. 8 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Green Marketing.....	74
Tabel 5. 9 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Brand Awareness	76
Tabel 5. 10 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Product Quality	78
Tabel 5. 11 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Price	80
Tabel 5. 12 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	81
Tabel 5. 13 Uji Validitas	84
Tabel 5. 14 Uji Reliabilitas	85
Tabel 5. 15 Analisis Regresi Linear Berganda	86
Tabel 5. 16 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test.....	91
Tabel 5. 17 Hasil Uji Linearitas	92
Tabel 5. 18 Hasil Uji Multikolinearitas.....	93
Tabel 5. 19 Hasil Uji Glejser.....	94
Tabel 5. 20 Hasil Uji t.....	95
Tabel 5. 21 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Konseptual Penelitian	44
Gambar 5. 1 Grafik Histogram.....	90
Gambar 5. 2 Grafik Normal P-P Plot.....	90

