

**PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN SIKAP KONSUMEN
TERHADAP NIAT BELI DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI
PEMEDIASI**

(Studi Pada Starbucks Coffee di Yogyakarta)

***THE INFLUENCE OF GREEN MARKETING AND CONSUMER
ATTITUDES TOWARDS PURCHASE INTENTION WITH BRAND IMAGE
AS A MEDIATOR***

(Study On Starbucks Coffee in Yogyakarta)



Disusun oleh:

Carenina Firsty Rahmasari

20200410212

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

2023

**PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN SIKAP KONSUMEN
TERHADAP NIAT BELI DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI
PEMEDIASI**

(Studi Pada Starbucks Coffee di Yogyakarta)

***THE INFLUENCE OF GREEN MARKETING AND CONSUMER
ATTITUDES TOWARDS PURCHASE INTENTION WITH BRAND IMAGE
AS A MEDIATOR***

(Study On Starbucks Coffee in Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan Guna memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh:

Carenina Firsty Rahmasari

20200410212

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

2023

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Carenina Firsty Rahmasari

Nomor Mahasiswa : 20200410212

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul "**PENGARUH GREEN MARKETING DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP NIAT BELI DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI PEMEDIASI**" tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan oleh 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, 08 Desember 2023



Carenina Firsty Rahmasari

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan hamdallah dan atas kuasa juga kehendak Allah SWT, karya ini peneliti persembahkan kepada orang-orang yang terus menerus mendoakan, mendukung dan membantu peneliti dalam penulisan karya ini.

1. Teruntuk bapak dan ibu terima kasih selalu memberikan doa dan dukungan selama masa studi ini. Skripsi ini peneliti persembahkan untuk kedua orang tua, sebagai salah satu tanda bukti dan terima kasih karena selalu memberikan doa dan dukungan di setiap waktu. Semoga selalu diberikan kesehatan dan lindungan oleh Allah SWT.
2. Kepada keluarga besar peneliti yang telah memberikan doa serta dukungan dalam menyelesaikan studi dan karya tulis ini.
3. Teman sekaligus sahabat peneliti Rani Popo, Busae, Tante Lala, Nana istri Marquez, dan Ratu Retno yang senantiasa memberikan dukungan, semangat serta doa dalam penyelesaian skripsi ini hingga selesai.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penelitian skripsi dengan judul “Pengaruh *Green Marketing* dan Sikap Konsumen terhadap Niat Beli Konsumen dengan *Brand Image* sebagai pemediasi (Studi Pada Starbucks Coffee di 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 manfaat yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh peneliti, walaupun terdapat keterbatasan yang dimiliki.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, doa, dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dengan ketulusan dan kerendahan hati kepada:

1. Bapak Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CPR. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Misbahul Anwar, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran, memberikan arahan dan masukan, serta motivasi selama proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis sangat menyadari bahwa tulisan ini jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan serta keterbatasan yang ada. Oleh karena itu, kritik dan saran selalu penulis harapkan agar bisa membangun perkembangan penulis di kemudian hari. Akhir kata, penulis berterima kasih kepada Allah SWT dan semua orang yang mendukung dan mendoakan peneliti. Harapan peneliti, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, termasuk penulis, serta semua pihak.

Yogyakarta, 20 November 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Carenina Firsty Rahmasari', with a stylized flourish above the name.

Carenina Firsty Rahmasari

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	i
PERNYATAAN	vi
MOTTO.....	ii
PERSEMBAHAN	iii
INTISARI.....	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori	10
B. Hasil Penelitian Terdahulu	19
C. Penurunan Hipotesis	25
D. Model Penelitian	30
BAB III	31
METODE PENELITIAN	31
A. Objek dan Subjek Penelitian	31
B. Jenis Data	31
C. Teknik Pengambilan Sampel	32
D. Teknik Pengumpulan dan Pengukuran Data	33
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	34
F. Uji Kualitas Instrumen	36
BAB IV	45
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45

A.	Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian	45
B.	Uji Kualitas Instrumen	48
C.	Statistik Deskriptif	50
D.	Hasil Uji Hipotesis	54
E.	Pengujian Hipotesis	65
F.	Pembahasan	69
BAB V		76
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN		76
A.	Simpulan	76
B.	Keterbatasan Penelitian	77
C.	Saran	78
DAFTAR PUSTAKA		79
LAMPIRAN		84

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Starbucks Yogyakarta.....	5
Tabel 2. 1 Mapping Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3. 1 Skala Likert	34
Tabel 3. 2 Indikator Variabel Eksogen	34
Tabel 3. 3 Indikator Variabel Mediasi	35
Tabel 3. 4 Indikator Variabel Endogen.....	36
Tabel 3. 5 Kriteria Goodness of Fit.....	43
Tabel 4. 1 Profil Responden	47
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas	49
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4. 4 Interpretasi Kelas Interval	51
Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Green Marketing	51
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Sikap Konsumen	52
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Brand Image.....	53
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Niat Beli	54
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas.....	58
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Outliers.....	59
Tabel 4. 11 Notes For Model (Default Model).....	62
Tabel 4. 12 Menilai Goodness of Fit.....	63
Tabel 4. 13 Hubungan Antar Variabel	65
Tabel 4. 14 Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)	67
Tabel 4. 15 Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model).....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian	30
Gambar 4. 1 Diagram jalur.....	56
Gambar 4. 2 Persamaan Struktural.....	56
Gambar 4. 3 Nilai Batas Mahalobis Distance	59

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	85
Lampiran 2 Karakteristik Responden.....	90
Lampiran 3 Tabulasi Data	93
Lampiran 4 Uji Validitas	97
Lampiran 5 Uji Reliabilitas	98
Lampiran 6 Statistik Deskriptif.....	99
Lampiran 7 Persamaan Struktural.....	101
Lampiran 8 Uji Normalitas	101
Lampiran 9 Uji Outliers	102
Lampiran 10 Degree of Freedom	106
Lampiran 11 Goodness of Fit.....	107
Lampiran 12 Uji Hipotesis	108
Lampiran 13 Uji Mediasi	108