

**ANALISIS PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN PROMOTION*,
GREEN PEOPLE, *GREEN PROCESS* DAN *GREEN PHYSICAL EVIDENCE*
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(STUDI PADA STARBUCKS COFFEE CIPUTRA SEMARANG)**

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar

Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang



Oleh:

Rheza Fadel Muhammad

11.30.0211

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Katolik Soegijapranata

2016

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini, saya menyatakan bahwa:

Nama : Rheza Fadel Muhammad

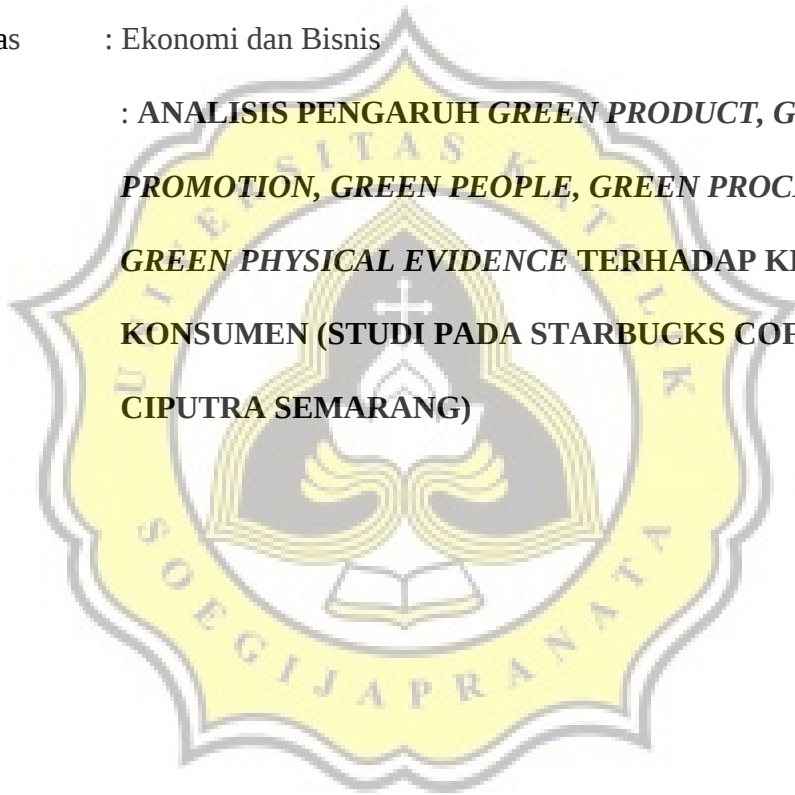
NIM : 11.30.0211

Konsentrasi : Pemasaran

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Judul : **ANALISIS PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN PROMOTION*, *GREEN PEOPLE*, *GREEN PROCESS* DAN *GREEN PHYSICAL EVIDENCE* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI PADA STARBUCKS COFFEE CIPUTRA SEMARANG)**



Semarang, 4 November 2016

Menyetujui,

Dr. J. Wijanto Hadipuro, SE., MT

Dosen Pembimbing

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI
SKRIPSI DENGAN JUDUL:
ANALISIS PENGARUH *GREEN PRODUCT, GREEN PROMOTION,*
GREEN PEOPLE, GREEN PROCESS* DAN *GREEN PHYSICAL EVIDENCE
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(STUDI PADA STARBUCKS COFFEE CIPUTRA SEMARANG)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama: Rheza Fadel Muhammad

NIM: 11.30.0211

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Telah disahkan dan diterima panitia penguji pada:

Semarang, 4 November 2016

Tim Penguji:

(A Haryo Perwito, SE., MA-TRM)(Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA)(Dr. J. Wijanto Hadipuro, MT)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Katolik Soegijapranata

(Drs. Sentot Suciarto, A., Ph. D)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini, saya menyatakan bahwa:

Nama : Rheza Fadel Muhammad

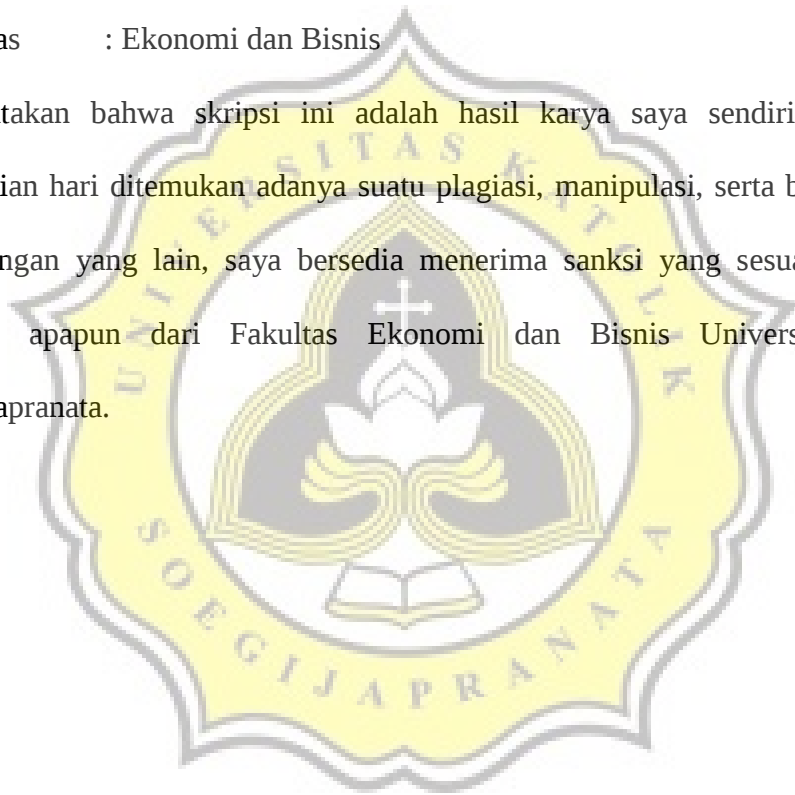
NIM : 11.30.0211

Konsentrasi : Pemasaran

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya suatu plagiasi, manipulasi, serta bentuk-bentuk kecurangan yang lain, saya bersedia menerima sanksi yang sesuai dan dalam bentuk apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata.



Semarang, 4 November 2016

(Rheza Fadel Muhammad)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

We are shaped by our thoughts, we become what we think. So, don't limit yourself.

(Unknown)



Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Allah S.W.T.

Orang Tua dan Kakak Adik Tercinta

Dan Teman-Teman Seperjuangan

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil‘alamin, puji syukur penulis panjatkan atas ke hadirat Allah SWT berkat rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **ANALISIS PENGARUH *GREEN PRODUCT, GREEN PROMOTION, GREEN PEOPLE, GREEN PROCESS* DAN *GREEN PHYSICAL EVIDENCE* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI PADA STARBUCKS COFFEE CIPUTRA SEMARANG)** dengan baik. Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat dalam menyelesaikan pendidikan program strata satu (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menemui beberapa kesulitan, namun berkat adanya bantuan, dukungan, motivasi, bimbingan dan doa dari berbagai pihak maka skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. A. Sentot Suciarto, Ph. D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Bapak Dr. J. Wijanto Hadipuro, SE., MT selaku dosen pembimbing yang membantu, membimbing, dan memberikan saran kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini hingga dapat tersusun secara baik.
3. Tim penguji Bapak A. Haryo Perwito, SE., MA-TRM dan Bapak Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA, serta Bapak Dr. J. Wijanto Hadipuro, MT yang telah membantu pada saat proses ujian maupun bimbingan skripsi.

4. Orang Tua dan Saudara-saudara saya yang telah memberi doa dan dukungan sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
 5. Seluruh mahasiswa Unika Soegijapranata Fakultas Manajemen 2011 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu karena mereka semua telah memberikan satu memori yang tidak pernah bisa saya lupakan.
 6. Ibu Sartini, selaku manajer Starbucks Coffee Ciputra Semarang. Mbak Yossy, selaku Asisten Manajer Starbucks Coffee Semarang. Teman-teman seperjuangan saya di Starbucks yang telah memberi motivasi dan semangat.
 7. Semua pihak dan teman-teman yang tidak dapat ditulis satu persatu yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
- Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka penulis berharap adanya kritikan dan saran dari semua pihak guna kesempurnaan skripsi ini.

Semarang, 4 November 2016

(Rheza Fadel Muhammad)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh green product, green promotion, green people, green process dan green physical evidence terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 60 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara green product dan kepuasan konsumen, (2) tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara green promotion dan kepuasan konsumen, (3) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara green people dan kepuasan konsumen, (4) tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara green process dan kepuasan konsumen, (5) tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara green physical evidence dan kepuasan konsumen.

Kata kunci: *Green Product, Green Promotion, Green People, Green Process, Green Physical evidence*, Kepuasan Konsumen.

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Skripsi	ii
Halaman Pengesahan Skripsi.....	iii
Pernyataan Keaslian Skripsi	iv
Motto dan Persembahan	v
Kata Pengantar	vi
Abstrak.....	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel.....	x
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran.....	xii
BAB 1 Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.3.1 Tujuan Penelitian	7
1.3.2 Manfaat Penelitian	7
BAB 2. Tinjauan Pustaka	8
2.1 <i>Green Marketing</i>	8
2.2 <i>Green Product</i>	8
2.3 <i>Green Promotion</i>	9
2.4 <i>Green People</i>	9

2.5 <i>Green Process</i>	10
2.6 <i>Green Physical Evidence</i>	11
2.7 Kepuasan Konsumen.....	11
2.8 Penelitian Terdahulu	12
2.9 Kerangka Pikir	13
2.10 Hipotesis	14
2.11 Definisi Operasional	15
BAB 3 Metodologi Penelitian	19
3.1 Populasi dan Sampel	19
3.2 Objek dan Lokasi Penelitian	20
3.3 Metode Pengumpulan Data	20
3.3.1 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	20
3.3.2 Skala Pengukuran Data	21
3.3.3 Pengujian Instrumen Penelitian	22
3.3.4 Uji Validitas	22
3.3.5 Uji Reliabilitas	22
3.4 Teknik Analisis Data	25
3.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda	25
3.4.2 Pengujian Hipotesis.....	27
BAB 4 Hasil Penelitian	30
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	30
4.2 Gambaran Umum Responden.....	30
4.3 Analisis Tabel Silang.....	33

4.3.1 Analisis Tabel Silang Jenis Kelamin Responden dan Usia Responden.....	33
4.3.2 Analisis Tabel Silang Pekerjaan Responden dan Jenis Kelamin Responden.....	35
4.3.3 Analisis Tabel Silang Pekerjaan Responden dan Usia Responden.....	36
4.4 Gambaran Tanggapan Responden.....	37
4.4.1 Variabel <i>Green Product</i>	37
4.4.2 Variabel <i>Green Promotion</i>	38
4.4.3 Variabel <i>Green People</i>	40
4.4.4 Variabel <i>Green Process</i>	41
4.4.5 Variabel <i>Green Physical Evidence</i>	42
4.4.6 Variabel Kepuasan Konsumen.....	43
4.5 Pengujian Hipotesis.....	44
4.5.1 Uji t.....	46
4.5.2 Uji F.....	48
BAB 5 Kesimpulan dan Saran.....	51
5.1 Kesimpulan.....	51
5.2 Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	60

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 2.2 Definisi Operasional.....	18
Tabel 3.1 Range Skala Pengukuran Data.....	22
Tabel 3.2 Hasil Pengujian Validitas.....	24
Tabel 3.3 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	25
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	31
Tabel 4.2 Usia Responden.....	32
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden.....	33
Tabel 4.4 <i>Crosstab</i> Usia dan Jenis Kelamin Responden.....	34
Tabel 4.5 <i>Crosstab</i> Pekerjaan dan Jenis Kelamin Responden.....	35
Tabel 4.6 <i>Crosstab</i> Pekerjaan dan Usia Responden.....	36
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Variabel <i>Green Product</i>	37
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Variabel <i>Green Promotion</i>	39
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Variabel <i>Green People</i>	40
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Variabel <i>Green Process</i>	41
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Variabel <i>Green Physical Evidence</i>	42
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Variabel Kepuasan Konsumen.....	43
Tabel 4.13 Koefisien Regresi.....	45
Tabel 4.14 Uji t.....	47
Tabel 4.15 Uji F.....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	14
--------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	59
Lampiran 2. Data Responden.....	62
Lampiran 3. Hasil Olah Data SPSS.....	73

