

**ANALISIS KESADARAN KONSUMEN dan PERSEPSI
KONSUMEN TERHADAP PERNERAPAN *GREEN PRODUCT*,
GREEN PROCESS, *GREEN PROMOTION*, *GREEN PHYSICAL*
EVIDENCE di STARBUCKS**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana
pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Katolik Soegijapranata

Laurensius Vianney Zebrian Arga

15.D1.0197

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

2019

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Laurensius Vianney Zebrian Arga
NIM : 15.D1.0197
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul : **“ANALISIS KESADARAN KONSUMEN dan PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP PENERAPAN GREEN PRODUCT, GREEN PROCESS, GREEN PROMOTION, GREEN PYHSICAL EVIDENCE di STARBUCKS”**
Dosen Pembimbing : Antonius Haryo Perwito, SE, MA-TRM

Disetujui di Semarang, 8 November 2019

Dosen Pembimbing,



Antonius Haryo Perwito, SE., MA-TRM

]
)

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Laurensius Vianney Zebrian Arga

NIM : 15.D1.0197

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul “Analisis Kesadaran Konsumen dan Persepsi Konsumen Terhadap Penerapan *Green Product, Green Process, Green Promotion, Green Physical Evidence* di Starbucks” adalah hasil penelitian saya dengan pengawasan dosen pembimbing, dan bukan hasil dari plagiat. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Semarang, 8 November 2019

Yang menyatakan,



Laurensius Vianney

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul
**"Analisis Kesadaran Konsumen dan Persepsi Konsumen Terhadap
Penerapan Green Product, Green Process, Green Promotion, Green Physical
Evidence di Starbucks"**

Yang disusun oleh

Nama : Laurensius Vianney Zebrian Arga
NIM : 15.D1.0197
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

Telah dipertahankan di hadapan Tim Pengaji pada Jumat, 8 November 2019 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata.

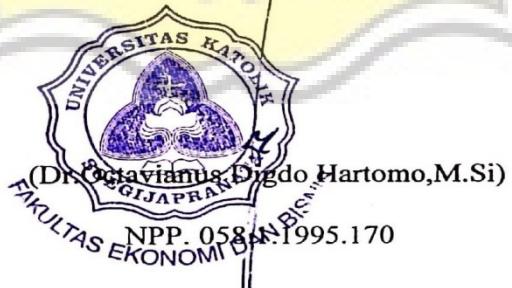
Pengaji 1

Pengaji 2

Pengaji 3

(DR.J. Wijanto H, SE, MT) (Dr. MY. Dwi Hayu A, MBA) (A.Haryo P, SE, MA-TRM)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Katolik Soegijapranata, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Laurensius Vianney Zebrian Arga

NIM : 15.D1.0197

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas skripsi yang berjudul:

“Analisis Kesadaran Konsumen dan Persepsi Konsumen Terhadap Penerapan *Green Product*, *Green Process*, *Green Promotion*, *Green Physical Evidence* di Starbucks”. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan skripsi di atas dengan mencantumkan nama saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Semarang

Pada tanggal : 8 November 2019

yang menyatakan,

(Laurensius Vianney)

ABSTRAK

Oleh:

Laurensius Vianney

NIM : 15.D1.0197

Program Studi Manajemen

Analisis Kesadaran Konsumen dan Persepsi Konsumen Terhadap Penerapan *Green Product, Green Process, Green Promotion, Green Physical Evidence* di Starbucks

Penelitian ini merupakan penelitian yang menganalisis kesadaran konsumen dan persepsi konsumen terhadap penerapan konsep *Green Product, Green Process, Green Promotion, Green Physical Evidence* di Starbucks gerai Gajah Mada Semarang. Responden kali ini adalah orang yang sudah berkunjung minimal 6x dalam setahun di Starbucks Gajah Mada Semarang. Penelitian kali ini memberikan data 10 responden, yang diwawancara secara langsung oleh peneliti dan dianalisis dengan menggunakan analisis konten dengan menggunakan tahapan reduksi, display, dan verifikasi.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa beberapa responden belum menyadari ada nya konsep *green* yang dilakukan Starbucks Gajah Mada namun responden bisa memberikan karakteristik objek yang diteliti. Persepsi responden memberikan dukungan penuh terhadap Starbucks Gajah Mada Semarang.

Kata kunci : kesadaran, persepsi, produk hijau, proses hijau, promosi hijau, bukti fisik hijau

ABSTRACT

By:

Laurensius Vianney

NIM: 15.D1.0197

Management Study Program

An Analysis of Consumers' Awarness and Perception on Implementation of Green Product, Green Process, Green Promotion, and Green Physical Evidence in Starbucks.

This study is an analysis of consumers' awarness and perception of Green Product, Green Process, Green Promotion, and Green Physical Evidence application's concept in Gajah Mada Starbucks, Semarang.

The respondents are those who visit at least 6 times in a year in Gajah Mada Starbucks, Semarang. Ten respondents are provided in order to get the data in this study that have been interviewed by the writer and analysed by using content analysis with reduction, display, and verification steps.

This study concludes that some of the respondents have not realized the Green Concept that is applied by Gajah Mada Starbucks, yet the respondents are able to give the characteristic of object in the study. The respondents' perception give a full support for Gajah Mada Starbucks, Semarang.

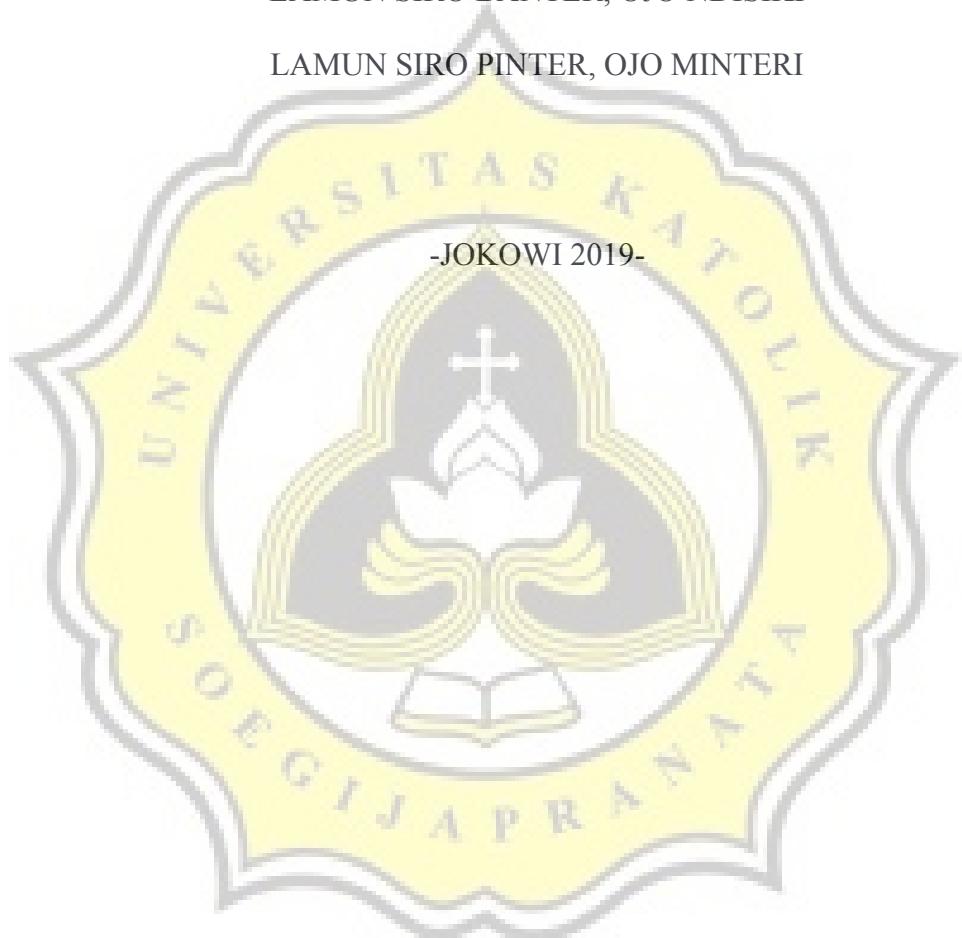
Keyword: Awarness, Perception, Green Product, Green Process, Green Promotion, and Green Physical Evidence

HALAMAN MOTTO

LAMUN SIRO SEKTI, OJO MATEWI

LAMUN SIRO BANTER, OJO NDISIKI

LAMUN SIRO PINTER, OJO MINTERI



-JOKOWI 2019-

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena dengan berkat hikmat dan karunia Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISIS KESADARAN KONSUMEN dan PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP PENERAPAN GREEN PRODUCT, GREEN PROCESS, GREEN PROMOTION, GREEN PHYSICAL EVIDENCE di STARBUCKS”** skripsi ini disusun guna memenuhi syarat mencapai gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata,. Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan bimbingan di setiap langkah, memberi peringatan disaat malas mengerjakan skripsi.
2. Bapak Dr. Octavianus Digdo Hartomo,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata.
3. Ibu Dr. Widuri Kurniasari, SE. MSi. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijaparanata.
4. Bapak Antonius Haryo Perwito, SE, MA-TRM selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu untuk membimbing dan memberikan perhatian selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Wijanto H, SE, MT dan ibu Dr. Dra. MY. Dwi Hayu A, MBA selaku penguji skripsi dan memberikan bimbingan revisi dan perhatian selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Ika Rahutami, Msi selaku dosen wali yang selalu membimbing dan memberi saran-saran selama masa perkuliahan.
7. Bapak dan Ibu dosen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata yang telah mendidik dan membekali ilmu.

8. Para staf dan pelaksana administrasi Universitas Katolik Soegijapranata yang telah membantu saya selama masa perkuliahan.
9. Para responden yang telah membantu dan meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner
10. Orang tua saya yang sangat saya cintai, karena Beliau yang selalu memberikan doa, dukungan dan semangat agar saya tidak berputus asa dalam meraih masa depan yang saya impikan, dan selalu mengingatkan saya bahwa berdoa dan berusaha adalah 2 hal yang melekat dan sangat penting.
11. Saudara-saudara yang turut membantu dalam memberikan dukungan dan semangat.
12. Sahabat terdekat saya Atang, yang selalu menjawab setiap pertanyaan saya tentang cara membuat skripsi, cara mendaftar ujian dan juga mau meluangkan waktunya untuk membimbing, mendukung dan menemani selama proses pembuatan skripsi meskipun dia sekarang sudah tidak tinggal di Semarang lagi.
13. Mutiara, Chatrine, Nico, Nicem, Adetama dan Nanggala teman-teman seperjuangan yang selalu mengingatkan untuk membuat skripsi bersama dan tidak lupa ditemani oleh kopi susu tercinta.
14. Seluruh pihak yang penulis tidak dapat sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan dan doa sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, segala kritik dan saran yang bersifat membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini agar bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan juga penelitian selanjutnya.

Semarang, 8 November 2019

Penulis,

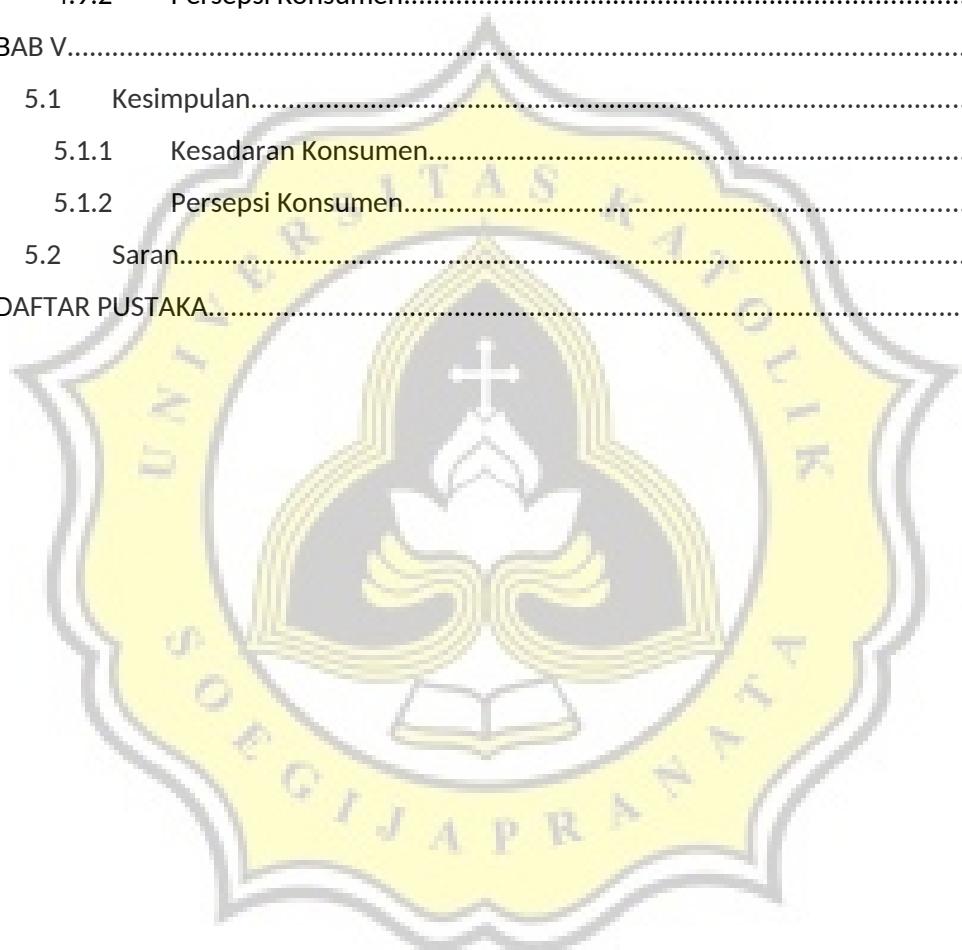
Laurensius Vianney

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
HALAMAN MOTTO.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II.....	11
2.1 Green Marketing.....	11
2.2 <i>Green Marketing Mix</i>	13
2.2.1 <i>Green Product</i>	14
2.2.2 <i>Green Promotion</i>	17
2.2.3 <i>Green Process</i>	18
2.2.4 <i>Green Physical Evidence</i>	18
2.3 Kesadaran Konsumen (<i>Consumen Awareness</i>).....	20
2.4 Persepsi.....	24

2.5	Penelitian Terdahulu.....	25
2.6	Kerangka Pemikiran.....	31
2.7	Definisi Operasional.....	32
BAB III.....		34
3.1	Populasi dan Sampel.....	34
3.1.1	Populasi.....	34
3.1.2	Sampel.....	34
3.2	Objek dan Lokasi Penelitian.....	35
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	35
3.3.1	Jenis dan Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.3.2	Teknik Analisis Data.....	36
BAB IV.....		38
4.1	Deskripsi Starbucks.....	38
4.2	Proses Pengumpulan Data Responden.....	40
4.3	Profil Responden.....	45
4.4	Pembelian.....	46
4.5	<i>GREEN PRODUCT</i>	47
4.5.1	Kesukaan Responden.....	47
4.5.2	Pengetahuan Responden.....	49
4.5.3	Persepsi Responden.....	59
4.5.4	Responden Membawa Pulang Produk.....	64
4.5.5	Persepsi Responden.....	71
4.6	<i>GREEN PROCESS</i>	76
4.6.1	Proses Responden Saat Membeli	76
4.6.2	Jumlah Struk yang Diterima Oleh Responden.....	82
4.6.3	Tanggapan Responden.....	84
4.6.4	Produk Lain yang Ditawarkan Responden.....	92
4.6.5	Tanggapan Responden Terhadap Penawaran <i>Tumblr</i>	101
4.7	<i>GREEN PROMOTION</i>	107
4.7.1	Infomasi yang Diketahui Responden.....	107
4.7.2	Cara Responden Memperoleh Info.....	112
4.7.3	Tanggapan Responden Tentang Cara Promosi.....	117
4.7.5	Responden Mengetahui.....	124

4.8	<i>GREEN PHYSICAL EVIDENCE</i>	130
4.8.1	Kenyamanan Responden.....	131
4.8.2	Pengetahuan Responden Terhadap Interior yang Ada di Starbucks.....	138
4.8.3	Tanggapan Responden Terhadap Interior Starbcuks.....	150
4.9	PEMBAHASAN.....	156
4.9.1	Kesadaran Konsumen.....	156
4.9.2	Persepsi Konsumen.....	160
BAB V	162
5.1	Kesimpulan.....	162
5.1.1	Kesadaran Konsumen.....	162
5.1.2	Persepsi Konsumen.....	164
5.2	Saran.....	165
DAFTAR PUSTAKA	168



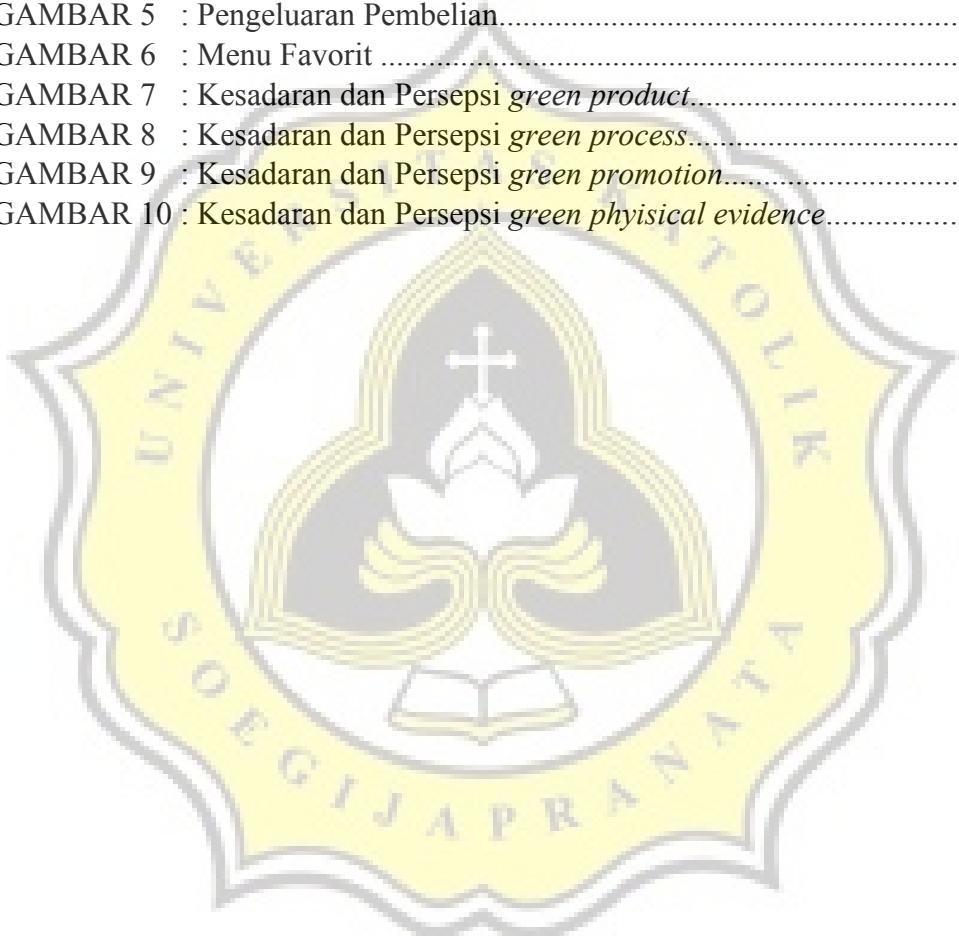
DAFTAR TABEL

Tabel 2 .1 2

TABEL IV. 1.....	48
TABEL IV.2.....	48
TABEL IV. 3.....	50
TABEL IV.4.....	56
TABEL IV. 5.....	59
TABEL IV.6.....	61
TABEL IV.7.....	64
TABEL IV.8.....	68
TABEL IV.9.....	72
TABEL IV.10.....	74
TABEL IV.11.....	77
TABEL IV.12.....	79
TABEL IV.13.....	83
TABEL IV.14.....	83
TABEL IV.15.....	84
TABEL IV.16.....	89
TABEL IV.17.....	92
TABEL IV.18.....	98
TABEL IV.19.....	102
TABEL IV.20.....	104
TABEL IV.21.....	107
TABEL IV.22.....	109
TABEL IV.23.....	112
TABEL IV.24.....	115
TABEL IV.25.....	117
TABEL IV.26.....	120
TABEL IV.27.....	123
TABEL IV.28.....	124
TABEL IV.29.....	124
TABEL IV.30.....	127
TABEL IV.31.....	131
TABEL IV.32.....	134
TABEL IV.33.....	138
TABEL IV.34.....	146
TABEL IV.35.....	151
TABEL IV.36.....	153

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 : Kerangka Pemikiran.....	32
GAMBAR 2 : Profil Responden.....	41
GAMBAR 3 : Pendidikan Responden.....	45
GAMBAR 4 : Pengeluaran Responden.....	46
GAMBAR 5 : Pengeluaran Pembelian.....	46
GAMBAR 6 : Menu Favorit	47
GAMBAR 7 : Kesadaran dan Persepsi <i>green product</i>	76
GAMBAR 8 : Kesadaran dan Persepsi <i>green process</i>	106
GAMBAR 9 : Kesadaran dan Persepsi <i>green promotion</i>	130
GAMBAR 10 : Kesadaran dan Persepsi <i>green physical evidence</i>	156



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 172172

