

**PENGARUH *GREEN PRODUCT* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
FORE COFFEE MELALUI *GREEN ADVERTISING*
(STUDI FORE COFFEE DI SURABAYA SELATAN)
SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen**



Disusun Oleh:

SEPTIANI PUTRI ARLISA

NPM : 19420082

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2024

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Septiani Putri Arlisa

NPM : 19420082

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Universitas : Wijaya Kusuma Surabaya

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah skripsi dengan judul
**“PENGARUH *GREEN PRODUCT* TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN *FORE COFFEE* MELALUI *GREEN ADVERTISING* (STUDI
FORE COFFEE DI SURABAYA SELATAN”.**

bahwa ini adalah hasil karya saya sendiri dan sebagian persamaan dengan karya orang lain adalah kepustakaan yang disertakan sebagaimana mestinya. Jika di kemudian hari terdapat sanggahan terhadap pernyataan ini, maka saya siap menanggung akibatnya sesuai perundang-undangan yang berlaku.

Surabaya, 22 Februari 2024



SEPTIANI PUTRI ARLISA

NPM: 19420082

SKRIPSI

**PENGARUH *GREEN PRODUCT* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
FORE COFFEE MELALUI *GREEN ADVERTISING*
(STUDI FORE COFFEE DI SURABAYA SELATAN)**

Diajukan Oleh:

SEPTIANI PUTRI ARLISA

NPM : 19420082

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH
DOSEN PEMBIMBING**



Husni Indrawati Wijaya Putri, SE., MM.

Tanggal, 12 - 2 - 2024

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., M.M

Tanggal, 12 - 2 - 2024

SKRIPSI

**PENGARUH *GREEN PRODUCT* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
FORE COFFEE MELALUI *GREEN ADVERTISING*
(STUDI FORE COFFEE DI SURABAYA SELATAN)**

Dipersiapkan dan disusun oleh

SEPTIANI PUTRI ARLISA

NPM: 19420082

Susunan Dewan Penguji

DOSEN PEMBIMBING

Husni Indrawati Wijaya Putri, SE., MM.

KETUA TIM PENGUJI

Dr. Titik Inayati, SE., MM

ANGGOTA DEWAN PENGUJI

Ni Ketut Yulia Agustini, SE., MM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.
Tanggal, 12 Februari 2024

Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM.
KETUA PROGRAM STUDI

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena limpahan kasih, rahmat dan karunia – Nya sehingga memberikan kemudahan bagi penulis untuk mampu menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“PENGARUH *GREEN PRODUCT* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN *FORE COFFEE* MELALUI *GREEN ADVERTISING* (STUDI *FORE COFFE* DI SURABAYA SELATAN)”**

Adapun tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah dalam rangka memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bimbingan, bantuan, bimbingan dan dukungan serta kesempatan yang diberikan dalam penyusunan skripsi ini, khususnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof.Dr.dr.H.Widodo Ario Kentjono, Sp. THT-KL (K), FICS. Selaku rektor yang memberikan kontribusi yang terbaik dan sangat berjasa terhadap Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM.,M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis karena dedikasi dan pengabdianya sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Andrianto Trimarjono, SE, MM selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Dewi Nuraini, SE., M.SM selaku dosen wali akademik yang telah banyak memberikan bimbingan, bantuan, dan arahan kepada penulis sejak awal perkuliahan di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
5. Ibu Husni Indrawati Wijaya Putri, SE., MM. selaku dosen pembimbing terhebat yang telah meluangkan waktunya, sangat sabar untuk membantu dan memberikan bimbingan serta masukan selama proses pengerjaan skripsi, sehingga dapat terselesaikan dengan baik.

6. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu dan pengajaran selama studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
7. Yuniar Prihantono, S.T (Alm) seseorang yang biasa saya sebut papa yang paling saya rindukan, sangat saya cintai dan selalu saya banggakan, serta sangat berjasa dalam kehidupan saya. Banyak hal yang menyakitkan penulis lalui tanpa sosokmu, babak belur dihajar kenyataan yang terkadang tidak sejalan. Rasa iri dan rindu yang seringkali membuat penulis terjatuh tertampar realita, tapi itu semua tidak mengurangi rasa bangga dan terima kasih atas kehidupan, perhatian, kasih sayang dan cinta paling besar yang papa berikan kepada anak gadis sulungmu selama ini. Dengan itu, saya persembahkan karya tulis sederhana ini sebagai perwujudan terakhir untuk malaikat pelindung di surga, "Papa, anakmu telah berhasil untuk menyelesaikan skripsi ini." Al – fatimah khususon papa. Aamiin..
8. Soelistyaningrum, S.E , seseorang yang biasa saya sebut mama yang paling cantik sedunia. Beribu terima kasih yang ingin saya sampaikan, terima kasih karena telah mejadi mama yang tangguh, hebat dan luar biasa. Terima kasih atas kasih sayang tulusmu, atas pengorbanan dan kerja kerasmu menjadi tulang punggung keluarga hingga akhirnya saya tumbuh dewasa, hingga saya bisa berada di titik ini.. Terima kasih karena telah menjadi mama yang suportif selalu mendukung dan mendoakan saya, “Mama, semoga engkau diberi umur yang panjang, kesehatan selalu serta tolong hiduplah lebih lama lagi.. karena, saya tidak bisa hidup tanpamu..”
9. Aditya Fajar Kusuma selaku adik saya yang paling saya sayangi, walaupun selalu membuat saya naik darah setiap saat serta salah satu alasan saya semangat selama penulisan skripsi ini. “Adik, semoga kamu sukses ya.. semoga segala keinginan dan cita – cita mu tercapai, kita berdua harus membuat papa mama bangga dan bahagia atas keberhasilan kita berdua.”

10. Amelinda Go, Theresia Diva Manopo, Margareta Metalia Suarliak, Ajeng Khusul Khotimah selaku kakak – kakak yang saya sayangi selama masa perkuliahan. Terima kasih banyak karena telah membantu saya banyak hal, yang selalu mau saya repotkan, selalu mendukung saya setiap saat ketika lagi *down*, serta selalu memberi canda tawa yang membuat saya bahagia.
11. Mariyam Melina Sallma Dewanti, Sakuni Thrisna, Maya Nurahmadiana Syarifah, Anisa Salsabila Zahwa, Lita Angelita selaku sahabat – sahabat saya tercinta. Terima kasih karena selalu memberi dukungan disaat saya terpuruk, mendengarkan keluh kesah, curahan hati, serta membuat saya tertawa dan bahagia setiap saat.
12. Bripda Mochammad Rifanda Rafiqin selaku orang yang saya sayangi. Terima kasih senantiasa mendengarkan keluh kesah saya, yang selalu menemani dalam keadaan suka maupun duka, yang berkontribusi banyak dalam segala hal, yang selalu mendukung dan memberi semangat untuk selalu maju tanpa kenal kata menyerah dalam meraih apa yang menjadi impian saya, terima kasih atas segala pengorbananmu untuk membuat saya selalu bahagia, dan terima kasih karena telah menjadi rumah ternyaman serta bagian dalam perjalanan hidup saya.
13. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dan telah turut membantu memberikan pemikiran demi kelancaran serta keberhasilan penyelesaian skripsi ini.
14. *Last but no least*, kepada diri saya sendiri, Septiani Putri Arlisa. Apresiasi sebesar – besarnya karena telah bertanggung jawab, berusaha keras, serta telah berjuang sejauh ini untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tidak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun prosesnya, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibbilang tidak mudah. Terima kasih karena sudah bertahan.

Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat berguna bagi mahasiswa lain sebagai acuan penulisan skripsi di masa mendatang. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini dikarenakan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak sangat kami harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Surabaya,

2024

Septiani Putri Arlisa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II TELAAH PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Pengertian Pemasaran	11
2.1.2 Pengertian <i>Green Marketing</i>	13
2.1.2.1 Alat-alat <i>Green Marketing</i>	14
2.1.2.2 Tujuan <i>Green Marketing</i>	16
2.1.3 Pengertian <i>Green Product</i>	17
2.1.4 Pengertian <i>Advertising</i>	19
2.1.5 Pengertian <i>Green Advertising</i>	20
2.1.5.1 Komponen <i>Green Advertising</i>	22
2.1.6 Pengertian Minat Beli	24

2.1.6.1	Faktor – faktor yang Mempengaruhi Minat Beli.....	25
2.1.7	Hubungan <i>Green Product</i> terhadap Minat Beli.....	26
2.1.8	Hubungan <i>Green Product</i> terhadap <i>Green Advertising</i>	27
2.1.9	Hubungan <i>Green Advertising</i> terhadap Minat Beli	28
2.1.10	Hubungan <i>Green Advertising</i> Memediasi <i>Green Product</i> Terhadap Minat Beli	29
2.2	Penelitian Sebelumnya	30
2.2.1	Penelitian Sekarang	33
2.3	Hipotesis Penelitian	33
2.4	Kerangka Analisis	34
BAB III METODE PENELITIAN		35
3.1	Pendekatan Penelitian.....	35
3.2	Populasi dan Penelitian Sampel.....	35
3.2.1	Populasi.....	35
3.2.2	Sampel	35
3.3	Identifikasi Variabel	36
3.3.1	Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	36
3.3.2	Variabel Intervening (<i>Intervening Variable</i>)	37
3.3.3	Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	37
3.4	Definisi Operasional Penelitian.....	38
3.4.1	<i>Green Product</i> (X).....	38
3.4.2	<i>Green Advertising</i> (Z).....	39
3.4.3	Minat Beli (Y).....	39
3.5	Jenis Dan Sumber Data	40
3.5.1	Jenis Data.....	40
3.5.2	Sumber Data	40
3.6	Prosedur Pengambilan Data	41
3.7	Teknik Analisis Data	42
3.7.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	43
3.7.1.1	Uji Validitas.....	43

3.7.1.2 Uji Reliabilitas.....	44
3.7.2 Uji Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Gambaran Umum Subyek Penelitian	48
4.1.1 Sejarah Singkat Fore Coffee	48
4.1.2 Produk Fore Coffee.....	49
4.1.3 Strategi Pemasaran Fore Coffee	52
4.2 Hasil Penelitian.....	54
4.2.1 Karakteristik Responden.....	54
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	56
4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	56
4.2.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	57
4.2.2 Analisa Deskriptif	58
4.3 Deskripsi Tanggapan Responden	59
4.3.1 Tanggapan Responden terhadap <i>Green Product</i> (X).....	59
4.3.2 Tanggapan Responden terhadap <i>Green Advertising</i> (Z)	59
4.3.3 Tanggapan Responden terhadap Minat Beli (Y)	60
4.4 Analisis Data	61
4.4.1 Uji Validitas.....	61
4.4.2 Uji Reliabilitas	62
4.4.3 Uji Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	62
4.5 Pembahasan	65
4.5.1 <i>Green product</i> berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen Fore Coffee di Surabaya Selatan.....	65
4.5.2 <i>Green product</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>green advertising</i> Fore Coffee di Surabaya Selatan.....	66
4.5.3 <i>Green advertising</i> berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen Fore Coffee di Surabaya Selatan.....	67

4.5.4 <i>Green advertising</i> memediasi pengaruh <i>green product</i> terhadap minat beli konsumen Fore Coffee di Surabaya Selatan.....	68
BAB V KESIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN.....	70
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Saran	71
5.3 Keterbatasan	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	30
Tabel 2.2	Penelitian Saat Ini	33
Tabel 3.1	Bobot Kuesioner pada Penggunaan Skala Likert.....	42
Tabel 4.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.2	Karakteristik Responden berdasarkan Umur	56
Tabel 4.3	Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	56
Tabel 4.4	Karakteristik Responden berdasarkan Penghasilan	57
Tabel 4.5	Kategori Jawaban Responden	58
Tabel 4.6	Tanggapan Responden terhadap <i>Green Product</i> (X).....	59
Tabel 4.7	Tanggapan Responden terhadap <i>Green Advertising</i> (Z).....	59
Tabel 4.8	Jawaban Responden Minat Beli (Y)	60
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas.....	61
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabel.....	62
Tabel 4.11	Hasil Uji Persamaan Pertama.....	63
Tabel 4.12	Hasil Uji Persamaan Kedua	63
Tabel 4.13	Mencari Output Dari Green Advertising Terhadap Minat Beli	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Analisis.....	34
Gambar 3.1 Model <i>Path Analysis</i>	46
Gambar 4.1 Suasana Fore Coffee	51
Gambar 4.2 Promosi Fore Coffee.....	52
Gambar 4.3 Fore Coffee x Laneige	53
Gambar 4.4 Aplikasi Fore Coffee.....	54
Gambar 4.5 Model <i>Path Analysis</i>	64

ABSTRAK

Pada penelitian ini mempunyai tujuan yaitu mengevaluasi *green product* berpengaruh terhadap minat beli konsumen Fore Coffee dari *green advertising* di Kota Surabaya Selatan. Pada kajian ini menggunakan metode penelitian yaitu survei menggunakan kuesioner dalam pengumpulan data yang diperoleh melalui responden yang dimana pelanggan Fore Coffee di wilayah Surabaya Selatan. Dalam pengambilan data ini melibatkan 111 responden yang disebarkan melalui kuesioner online. Pada penelitian menggunakan regresi linear untuk menganalisis data dengan tujuan menguji hubungan variabel-variabel yang terlibat dalam penelitian. Dalam hasil akhir ditunjukkan jika *green product* mempunyai pengaruh positif dan signifikan pada minat beli pelanggan, *green product* mempunyai pengaruh positif yang signifikan pada *green advertising*, *green advertising* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat beli konsumen, *green advertising* memediasi pengaruh *green product* dan mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap minat beli konsumen. Implikasi praktis dari penelitian yang telah diambil adalah dalam penerapan *green product* dan *green advertising* dapat menjadi rencana yang efektif agar meningkatnya minat beli konsumen Fore Coffee Surabaya Selatan, serta memberikan kontribusi pada pemahaman lebih lanjut mengenai penerapan praktik pemasaran yang berkelanjutan dalam industri kopi.

Kata Kunci: *Green Product, Green Advertising, Minat Beli*

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine how green products affect on Fore Coffee consumers' buying interest through green advertising in South Surabaya. A survey is the research method employed, and questionnaires are used to collect data and to respondents who are Fore Coffee customers in the South Surabaya area. This study involved 111 respondents who were distributed via an online questionnaire. Data analysis was carried out using multiple linear regression to test the relationship of the variables involved in the study. The results showed that green product has a significant positive effect on consumer buying interest, green product has a significant positive effect on green advertising, green advertising has a significant positive effect on consumer buying interest, green advertising mediates the effect of green product and has a significant positive effect on consumer buying interest. The practical implication of this research is that the application of green product and green advertising can be an effective strategy in increasing consumer buying interest in Fore Coffee in South Surabaya, as well as contributing to further understanding of the application of sustainable marketing practices in the coffee industry.

Keywords: *Green Product, Green Advertising, Purchase Intention.*