

**PENGARUH *GREEN PROMOTION TUMBLER DAY* TERHADAP LOYALITAS
MEREK STARBUCKS SETIABUDI ONE**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
sarjana manajemen**



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

MUHAMMAD ALFIAN RIZKY

1201001003

PROGRAM STUDI STRATA SATU MANAGEMENT

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2023

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Muhammad Alfian Rizky

NIM : 1201001003

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'M. Alfian Rizky', written in a cursive style.

Tanggal : 27 Agustus 2024

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Alfian Rizky

NIM : 1201001003

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Tugas Akhir : PENGARUH *GREEN PROMOTION TUMBLER DAY*
TERHADAP LOYALITAS MEREK STARBUCKS
SETIABUDI ONE

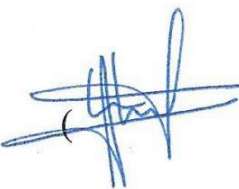
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Prof. M. Taufiq Amir , S.E., M.M., Ph.D

()

Penguji 1 : Arief Bimantoro Suharko., BSEE, M.Sc.Eng, Ph.D

()

Penguji 2 : Raden Aryo Febrian S.E. M.M

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 27 Agustus 2024

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	2
HALAMAN PENGESAHAN.....	3
DAFTAR ISI.....	4
KATA PENGANTAR.....	1
Abstrak.....	3
BAB I PENDAHULUAN.....	6
1.1 Latar Belakang Masalah.....	6
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	12
1.6 Sistematika Penulisan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Konsep <i>Green Marketing</i>	14
2.2 Konsep <i>Green Promotion</i>	19
2.3 Aktualisasi <i>Green Promotion</i> di Starbucks Setiabudi One	21
2.4 Loyalitas Merek.....	21
2.5 Loyalitas Merek Dari Pengaruh <i>Green Promotion</i> Starbucks Setiabudi One.....	25
2.6 Hubungan Antar Variabel.....	25
2.7 Persamaan dan Perbedaan Antara Temuan dan Penelitian Terdahulu	27
2.8 Kerangka Teori.....	29
2.9 Kerangka Konsep.....	29
2.10 Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Populasi dan Sampling.....	31

3.2	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.3	Definisi Operasional Variabel	35
3.4	Metode Analisis Data	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		45
4.1	HASIL.....	45
4.1.1	Pre Test Kuisisioner	45
4.1.1.1	Uji Validitas	45
4.1.1.2	Uji Reliabilitas	46
4.1.2	Analisis Karakteristik Responden	47
4.1.3	Uji Asumsi Klasik	48
4.1.3.1	Uji Normalitas.....	48
4.1.3.2	Uji Multikolinearitas	49
4.1.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	49
4.1.4	Analisis Regressi Linier Sederhana	50
4.1.5	Uji Hipotesis	51
4.1.5.1	Uji Parsial (Uji T)	51
4.1.5.2	Uji F (Uji Simultan).....	52
4.1.5.3	Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	53
4.2	Pembahasan.....	54
4.2.1	Pengaruh <i>Green Promotion</i> terhadap Loyalitas Merek.....	56
BAB V		57
KESIMPULAN DAN SARAN		57
5.1 Kesimpulan.....		57
5.2	Saran	57
DAFTAR PUSTAKA		59
LAMPIRAN.....		64

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (SM) pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial (FEIS) Universitas Bakrie, saya menyadari bahwa tanpa bimbingan dan dorongan dari semua pihak, maka penulisan skripsi ini tidak akan berjalan lancar. Oleh karena itu izinkan penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Dudi Rudianto, SE.M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Univeritas Bakrie.
2. Bapak Prof. M. Taufiq Amir , S.E., M.M., Ph.D selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini. Terima kasih atas ilmu dan pengetahuan yang telah diberikan, semua jasa dan kebaikan dari Bapak akan selalu saya ingat.
3. Bapak Arief Bimantoro Suharko., BSEE, M.Sc.Eng, Ph.D selaku Dosen Pembahas yang telah meluangkan waktu, tenaga, serta pengarahan yang bermanfaat dalam penulisan skripsi.
4. Bapak Raden Aryo Febrian S.E. M.M selaku Dosen Pembahas yang telah meluangkan waktu, tenaga, serta pengarahan yang bermanfaat dalam penulisan skripsi.
5. Kepada Ibu Ani mama saya tercinta terima kasih ini disampaikan dengan tulus dan penuh rasa syukur, selalu memberikan nasihat, motivasi, semangat, dan doa yang tiada henti selama penulis menjalani penulisan skripsi ini.
6. Kepada Pak Tody selaku Store Manager tempat saya bekerja yang selalu mendukung penulis dalam menjalani Skripsi ini.
7. Kepada Ibu Windha, dan Ibu Yuni selaku mantan Store Manager saya yang selalu mendukung penulis untuk menekuni pendidikan ini.

8. Kepada Oti, Pandu, Ana, Anan, dan Bang Fachri selaku partner dan rekan kerja dari penulis yang sangat penulis sayangi dan mendukung penulis dalam proses penulisan skripsi.
9. Kepada Prima Febrianto, sahabat tercinta dari penulis yang selalu ada dikala penulis terjatuh, bangkit, terjatuh kembali, bangkit kembali, hingga sampai di titik ini, tanpa bantuan darimu tidak akan bisa penulis berada di titik ini.
10. Kepada Aisyah Alhabsyi yang telah bersama penulis pada hari – hari yang tidak mudah selama proses penulisan penelitian. Terima kasih atas dukungan dan semangat serta menjadi tempat untuk berkeluh kesah.
11. Sahabat saya Alna dan Aurell yang selalu meluangkan waktu, menjadi tempat untuk berkeluh kesah, memberikan dukungan, serta masukan – masukan selama proses menjalanin penulisan skripsi ini.
12. Kepada diri saya sendiri terima kasih banyak telah berjuang sejauh ini dan memilih untuk tidak menyerah pada kondisi apapun, saya bangga pada diri saya bisa menyelesaikan laporan skripsi ini dengan penuh lika-liku kehidupan yang dijalani. Terimakasih sudah keren Alfi, terimakasih sudah menjadi sosok yang mungkin Alfi kecil kagumi jika ia melihatmu saat ini. Semua tangisan telah berubah menjadi senyuman dan penuh syukur.

Terima kasih telah berkontribusi dalam penyusunan proposal skripsi ini. Semoga menjadikan amal dan mendapat balasan dari Allah SWT. Peneliti berharap skripsi ini dapat menjadi referensi dan bermanfaat bagi seluruh pihak yang terlibat dalam menyusun maupun yang membaca.

Peneliti sangat menyadari bahwa dalam penulisan masih banyak terdapat kekurangan. Kritik dan saran yang bersifat membangun untuk perbaikan di kemudian hari.

Jakarta, 26 Agustus 2024



Muhammad Alfian Rizky

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Alfian Rizky
NIM : 1201001003
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-FeeRight)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“PENGARUH GREEN PROMOTION TUMBLER DAY TERHADAP LOYALITAS MEREK STARBUCKS SETIABUDI ONE”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 27 Agustus 2024

Yang menyatakan



Muhammad Alfian
Rizky

Abstrak

Perubahan iklim dan sampah plastik telah menjadi isu utama abad ke-21. Sebagai bagian dari kontribusi terhadap gerakan ramah lingkungan, Starbucks memperkenalkan program "*Tumbler Day*" yang memberikan diskon kepada pelanggan yang membawa tumbler mereka sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Green Promotion* dalam program *Tumbler Day* terhadap loyalitas merek Starbucks di Setiabudi One. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner. Analisis data dilakukan melalui uji validitas, reliabilitas, regresi linier berganda, serta berbagai uji statistik seperti Uji T, Uji F, dan Koefisien Determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Green Promotion* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek Starbucks Setiabudi One, baik secara parsial maupun simultan. Dengan demikian, inisiatif *Green Promotion* dapat dianggap sebagai faktor penting dalam meningkatkan loyalitas merek terhadap merek Starbucks.

Kata Kunci: *Green Promotion*, Loyalitas Merek, Starbucks, *Tumbler Day*, Ramah Lingkungan

Abstract

Climate change and plastic waste have become major issues in the 21st century. As part of its contribution to the environmental movement, Starbucks introduced the "Tumbler Day" program, which offers discounts to customers who bring their own tumblers. This study aims to analyze the effect of Green Promotion in the Tumbler Day program on brand loyalty at Starbucks Setiabudi One. This research uses a quantitative method with data collected through questionnaires. Data analysis was conducted using validity and reliability tests, multiple linear regression analysis, and various statistical tests such as T-Test, F-Test, and the Coefficient of Determination (R^2). The results of the study show that Green Promotion has a positive and significant effect on brand loyalty at Starbucks Setiabudi One, both partially and simultaneously. Therefore, the Green Promotion initiative can be considered an important factor in enhancing brand loyalty towards Starbucks.

Keywords: *Green Promotion, Brand Loyalty, Starbucks, Tumbler Day, Environmental Sustainability*