

## Pengaruh Green Marketing terhadap Green Purchase Behavior (Studi Pada Konsumen Fore Coffee Di Jakarta) = The Influence of green marketing on green purchase behavior (Subject: Fore Coffee Consumer In Jakarta).

Carissa Andani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20500906&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Skripsi ini membahas mengenai pengaruh green marketing terhadap green purchase behavior pada konsumen Fore Coffee di Jakarta. Penelitian ini juga bertujuan untuk melihat dimensi yang paling berpengaruh dari green marketing terhadap green purchase behavior. Dimensi-dimensi yang terdapat dalam green marketing adalah eco-brand, eco-label, dan environmental advertisement. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan Teknik pengambilan sampel purposive. Pada penelitian ini sampel yang diambil sebanyak 100 responden yang berdomisili di Jakarta, pernah membeli Fore Coffee, dan mengetahui Fore Coffee sebagai produk yang ramah lingkungan. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa green marketing mempunyai pengaruh terhadap green purchase behavior sebesar 58.1% dan 41,9% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Pada penelitian ini juga terlihat bahwa dimensi dari variabel green marketing yang memiliki pengaruh terbesar terhadap green purchase behavior adalah environmental advertisement.

<br>

This research discusses the influence of green marketing on green purchase behavior. This research also aims to look at the most influential dimensions of green marketing to consumers buying intention. The dimensions in green marketing consist of eco-brand, eco-label, and environmental advertisement. This research uses quantitative methods and purposive sampling techniques. In this study, samples were taken from 100 respondents who live in Jakarta and consumer of Fore Coffee. The results of this study prove that green marketing has an influence on green purchase behavior at 58.1% and 41.9 % are influenced by other factors. This research also shows that dimension of green marketing variables that have the greatest influence on the green purchase behavior is environmental advertisement.