PENGARUH *GREEN LIFESTYLE* DAN *GREEN PRODUCT* TERHADAP *GREEN PURCHASE DECISION* PADA KONSUMEN FORE COFFEE DI KOTA BANDUNG

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Nusantara

Disusun Oleh :
Mita Anggeresti
NPM. 41033402246147

UNINUS
UNIVERSITAS ISLAM NUSANTARA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN KOMUNIKASI BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM NUSANTARA
BANDUNG
2026

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *GREEN LIFESTYLE* DAN *GREEN PRODUCT* TERHADAP *GREEN PURCHASE DECISION* PADA KONSUMEN FORE COFFEE DI KOTA BANDUNG

SKRIPSI
MANAJEMEN PEMASARAN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Nusantara Bandung

Disusun oleh :

Mita Anggeresti
NPM. 41033402246147

Menyetujui,

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Dr. Yupi Yuliawati, S.Pd., M.M.	**Dr. Graha Prakarsa, S.T., M.T.**
NIDN. 0414048402	NIDN. 0419108403

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Komunikasi Bisnis	Ketua Program Studi Manajemen
Dr. Yovok Prasetyo, S.T., M.Sy.	**Dr. Sri Suharti, S.E., Ak., M.M., CA**
NIDN. 0410077607	NIDN. 04300166

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR YUDISIUM

FAKULTAS EKONOMI DAN KOMUNIKASI BISNIS UNIVERSITAS ISLAM NUSANTARA

TANDA PELAKSANAAN SIDANG UJIAN SKRIPSI

Nama	: Mita Anggeresti
NIM	: 41033402246147
Hari/Tanggal Lulus	: Jum'at, 14 Agustus 2026
Program Studi	: Manajeman
Konsentrasi	: Pemasaran
Judul Skripsi	: Pengaruh *Green Lifestyle* dan *Green Product* Terhadap *Green Purchase Decision* Pada Konsumen Fore Coffee di Kota Bandung
Jumlah Halaman	: 174 Halaman
Yudisium	: A

Tim Penguji,

Dosen Penguji I,

Dr. Yupi Yuliawati, S.Pd., M.M
NIDN.0414048402

Dosen Penguji II,

24/9/2026

Dr. Indri Ferdiani Suarna, S.Pd., M.M
NIDN.0410068104

Dosen Penguji III,

Dr. Ahmad Muhammad Ryad Saeful Hakim S.E., Ak., M.M.,Pd.
NIDN.0416017203

Dipindai dengan CamScanner

MOTTO

مَنْ خَرَجَ فِي طَلَبِ الْعِلْمِ فَهُوَ فِي سَبِيلِ اللهِ حَتَّى يَرْجِعَ

"Barangsiapa yang keluar untuk menuntut ilmu, maka ia berada di jalan Allah hingga ia pulang"
(HR. Tirmidzi)

مَنْ سَلَكَ طَرِيقًا يَلْتَمِسُ فِيهِ عِلْمًا سَهَّلَ اللهُ لَهُ طَرِيقًا إِلَى الْجَنَّةِ

"Siapa yang menempuh jalan untuk mencari ilmu, maka Allah akan mudahkan baginya jalan menuju surga."
(HR. Muslim)

"Menuntut ilmu adalah taqwa. Menyampaikan ilmu adalah ibadah. Mengulang-ulang ilmu adalah zikir. Mencari ilmu adalah jihad."
(Imam Al-Ghazali)

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

"Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia."

مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِّن ذَكَرٍ أَوْ أُنثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهُ حَيَاةً طَيِّبَةً

"Barangsiapa mengerjakan amal saleh dalam keadaan beriman, maka Kami akan berikan kepadanya kehidupan yang baik dan pahala jauh lebih baik dari apa yang mereka kerjakan."
(QS. An-Nahl: 97)

Setiap langkah dalam menuntut ilmu adalah jalan menuju Allah. Dengan ilmu, Allah mudahkan jalan menuju surga. Menuntut ilmu merupakan bentuk ibadah dan ketakwaan yang apabila dilandasi iman serta diamalkan dengan baik, akan melahirkan kehidupan yang penuh kebaikan. Pada akhirnya, seluruh proses itu bermuara pada satu tujuan: menjadi manusia yang berilmu, bertakwa, dan paling bermanfaat bagi sesama.

PERNYATAAN INTEGRITAS

Berkaitan dengan skripsi saya yang berjudul:

"Pengaruh *Green Lifestyle* dan *Green Product* Terhadap *Green Purchase Decision* Pada Konsumen Fore Coffee di Kota Bandung"

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Islam Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya/pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas mencantumkan sebagai acuan dalam naskah (sitasi) dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidaksesuaian dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Bandung, 20 Agustus 2026

Yang Membuat Pernyataan



Mita Anggeresti

NPM. 41033402246147

Dipindai dengan CamScanner

KATA PENGANTAR

Bismillaahirrahmaanirrahiim.

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul "Pengaruh *Green Lifestyle* dan *Green Product* terhadap *Green Purchase Decision* pada Konsumen Fore Coffee di Kota Bandung" dengan baik. Shalawat beserta salam semoga senantiasa tercurah kepada Rasulullah Nabi Muhammad SAW. Beserta keluarga, sahabat, dan semoga sampai kepada kita yang senantiasa mengharapkan syafaatnya.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Komunikasi Bisnis, Universitas Islam Nusantara. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian produk ramah lingkungan pada konsumen Fore Coffee di Kota Bandung, serta diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang pemasaran.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa proposal ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Yoyok Prasetyo, S.T., M.Sy. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Komunikasi Bisnis Universitas Islam Nusantara Bandung
2. Bapak Dr. Ahmad M. Ryad Saiful Hakim, S.E., Ak., M.M.Pd selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Komunikasi Bisnis Universitas Islam Nusantara Bandung
3. Bapak Akhmad Yani Surachman, S.Sos., M.I.Kom selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Komunikasi Bisnis Universitas Islam Nusantara Bandung

Dipindai dengan CamScanner

4. Ibu Dosen Dr. Hj. Sri Suharti, S.E., Ak., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Komunikasi Bisnis Universitas Islam Nusantara Bandung
5. Bapak Dr. Graha Prakarsa, S.T., M.T. Sekretaris Program Studi Manajemen sekaligus Dosen Pembimbing II Fakultas Ekonomi dan Komunikasi Bisnis Universitas Islam Nusantara Bandung yang telah memberikan arahan, masukan, dan motivasi kepada penulis.
6. Ibu Dr. Yupi Yuliawati, S.Pd., M.M. selaku Dosen Pembimbing I di Fakultas Ekonomi dan Komunikasi Bisnis Universitas Islam Nusantara Bandung yang tidak hentinya memberikan arahan, masukan, dan motivasi kepada penulis. Setiap arahan, masukan, dan motivasi yang Ibu berikan memberikan inspirasi dan membentuk penulis menjadi pribadi yang lebih percaya diri dan berani dalam menghadapi berbagai proses dan tantangan.
7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu yang tak ternilai bagi penulis, hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
8. Bidadari Syurgaku, Ibunda Halimatus Sa'diyah, sosok yang cintanya tak pernah bertepi dan doanya yang tak pernah putus di setiap sujudnya. Tak pernah sekalipun ia keluhkan lelah dan air mata yang beliau tanggung diam-diam demi penulis. Kesabaran, ketulusan, dan kasih sayang beliau menjadi kekuatan terbesar yang membuat penulis mampu bertahan dan terus melangkah dalam menyelesaikan studi ini. Terima kasih, Bu, telah menjadi alasan penulis untuk tidak pernah menyerah, semoga Allah SWT senantiasa melindungi, memberikan kesehatan, keberkahan umur, serta membalas setiap kebaikan dan pengorbanan Ibunda dengan surga-Nya.
9. Ayahanda tercinta, Bapak Asruri sosok yang tak banyak berkata namun selalu bekerja keras tanpa kenal lelah demi masa depan anak-anaknya. Pengorbanan dan tanggung jawab yang beliau pikul menjadi teladan dan penyemangat bagi penulis untuk tetap melanjutkan perjuangan menyelesaikan studi. Terima kasih atas setiap doa yang dipanjatkan diam-diam dan dukungan yang selalu ada meski tak selalu terucap. Semoga Allah SWT membalas semua jerih payah Ayahanda dengan kebahagiaan dunia dan akhirat.

Dipindai dengan CamScanner

10. Kakak dan Adikku tercinta, Teh Raras, Teh Riris, dan Adikku Yuli, yang masing-masing memiliki caranya sendiri dalam menopang perjalanan penulis. Terima kasih kepada Teh Raras, yang rumahnya selalu menyediakan ruang untuk penulis pulang. Terima kasih kepada Teh Riris, yang bahkan rela mengorbankan cita-citanya sendiri untuk kuliah demi keluarga; skripsi ini adalah wujud dari perjuangan yang Teteh ingin penulis lanjutkan, dan penulis bersyukur dapat menuntaskannya. Terima kasih kepada Adikku Yuli, yang telah banyak berperan menggantikan posisi penulis di rumah selama masa studi ini berlangsung. Semoga Allah SWT membalas setiap pengorbanan dan kebaikan kalian dengan kebahagiaan dan keberkahan yang berlimpah.
11. Keponakan-keponakan tersayang, Rasya, Arfan, Putri, dan Nadzira, dengan segala tingkah polah yang kadang menjengkelkan namun selalu menjadi kenangan manis tersendiri, serta tawa dan kepolosan mereka yang tak henti menjadi pelipur lelah bagi penulis di tengah kesibukan penyusunan skripsi ini.
12. Seluruh keluarga besar yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, atas doa yang tak pernah putus dan dukungan yang senantiasa mengiringi setiap langkah penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
13. Edi Waluyo, yang telah berperan dalam membantu penulis menyusun skripsi ini. Banyak suka maupun duka yang menjadi bagian tak terpisahkan dari perjalanan penulis menyelesaikan skripsi . Terima kasih atas kesabaran yang tak pernah habis dalam membimbing penulis, serta selalu menyediakan ruang bagi penulis untuk berkeluh kesah di tengah proses yang tidak mudah ini. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan dan ketulusan tersebut dengan sebaik-baik balasan.
14. Hida, Bety, Cici, Ulan, Tiara, Ikna, dan Sopi, yang telah mewarnai perjalanan penulis selama masa studi ini. Terima kasih atas motivasi, kebersamaan, tawa, dan dukungan yang selalu ada, yang menjadi penyemangat tersendiri bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi, serta seluruh teman-teman seperjuangan angkatan 2022 yang telah sama-sama berjuang menempuh masa studi ini.

Dipindai dengan CamScanner

15. Kepada semua pihak yang telah turut membantu, mendoakan, dan memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi ini, namun tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, penulis ucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, sebagaimana manusia yang tak pernah luput dari kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa yang akan datang. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis sendiri maupun bagi pembaca pada umumnya, serta menjadi salah satu bentuk rasa syukur penulis atas segala dukungan yang telah diberikan oleh semua pihak yang telah disebutkan di atas.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Bandung, 20 Agustus 2026

Penulis



Mita Anggeresti

NPM. 41033402246147

Dipindai dengan CamScanner

ABSTRAK

Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan mendorong perubahan pola konsumsi, termasuk dalam industri kopi yang terus berkembang pesat. Fore Coffee merespons fenomena tersebut dengan menerapkan strategi *green marketing* melalui penerapan *Green Lifestyl*e dan *Green Product*, sehingga menarik untuk dikaji sejauh mana penerapan kedua konsep tersebut memengaruhi *Green Purchase Decision*. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai *Green Lifestyle, Green Product*, dan *Green Purchase Decision* pada konsumen Fore Coffee di Kota Bandung, serta menganalisis pengaruh *Green Lifestyle* dan *Green Product* terhadap *Green Purchase Decision* baik secara parsial maupun simultan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif verifikatif. Populasi penelitian yaitu konsumen Fore Coffee di Kota Bandung, dengan sampel diambil melalui teknik *purposive sampling.* Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, *Green Lifestyle* dan *Green Product* masing-masing terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Green Purchase Decision*. Secara simultan, kedua variabel tersebut juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Green Purchase Decision*. Temuan ini menegaskan bahwa penerapan gaya hidup dan produk yang berorientasi lingkungan berperan penting dalam mendorong keputusan pembelian konsumen pada industri kopi modern.

Kata Kunci: *Green Lifestyle* , *Green Product*, *Green Purchase Decision*, Fore Coffee, Perilaku Konsumen

ABSTRACT

The increasing public awareness of environmental issues has encouraged changes in consumption patterns, including within the rapidly growing coffee industry. Fore Coffee has responded to this phenomenon by implementing green marketing strategies through the adoption of a Green Lifestyle and Green Product approach. Therefore, it is important to examine the extent to which these two concepts influence consumers' Green Purchase Decisions. This study aims to describe Green Lifestyle, Green Product, and Green Purchase Decision among Fore Coffee consumers in Bandung City, as well as to analyze the influence of Green Lifestyle and Green Product on Green Purchase Decision, both partially and simultaneously. This research employed a quantitative method with a descriptive-verificative approach. The population consisted of Fore Coffee consumers in Bandung City, while the sample was selected using a purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression analysis. The results indicate that, partially, both Green Lifestyle and Green Product have a positive and significant effect on Green Purchase Decision. Simultaneously, the two variables also have a positive and significant effect on Green Purchase Decision. These findings confirm that the implementation of environmentally oriented lifestyles and products plays an important role in encouraging consumers' purchasing decisions in the modern coffee industry..

Keywords: Green Lifestyle , Green Product, Green Purchase Decision, Fore Coffee, Consumer Behavior

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN ..... **ii**
LEMBAR YUDISIUM ..... **iii**
MOTTO ..... **iv**
PERNYATAAN INTEGRITAS ..... **v**
KATA PENGANTAR ..... **vi**
ABSTRAK ..... **x**
ABSTRACT ..... **xi**
DAFTAR ISI ..... **xii**
DAFTAR TABEL ..... **xvi**
DAFTAR GAMBAR ..... **xvii**
LAMPIRAN ..... **xviii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 12
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 13
1.4 Kegunaan Penelitian 14
1.5 Jadwal Penelitian 15
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS **16**
2.1 Kajian Pustaka 16
2.1.1 Pengertian Manajemen 16
2.1.2 Manajemen Pemasaran 17
2.1.3 Bauran Pemasaran *(Marketing mix)* 18
2.1.4 *Green marketing* 20
2.1.5 Perilaku Konsumen 22
2.1.6 *Green Lifestyle* 24
2.1.6.1 Pengertian Green Lifestyle 24
2.1.6.2 Faktor Faktor yang Mempengaruhi Green Lifestyle 25
2.1.6.3 Dimensi dan Indikator Green Lifestyle 27

2.1.7 *Green Product* 29
2.1.7.1 Pengertian Green Product 29
2.1.7.2 Faktor Faktor yang Mempengaruhi Green Product 30
2.1.7.3 Dimensi dan Indikator Green Product 30
2.1.8 *Green Purchase Decision* (Keputusan Pembelian Hijau) 34
2.1.8.1 Pengertian Green Purchase Decision 34
2.1.8.2 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Green Purchase Decision 36
2.1.8.3 Dimensi Dan Indikator Green Purchase Decision 37
2.1.9 Keterkaitan antar Variabel Penelitian 39
2.1.9.1 Pengaruh Green Lifestyle Terhadap Green Purchase Decision 39
2.1.9.2 Pengaruh Green Product Terhadap Green Purchase Decision 40
2.1.9.3 Pengaruh Green Lifestyle dan Green Product Terhadap Green Purchase Decision 41
2.1.10 Penelitian Terdahulu 41
2.2 Kerangka Pemikiran 44
2.3 Hipotesis 46
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 48
3.1 Metode Penelitian 48
3.2 Operasionalisasi Variabel 49
3.3 Jenis dan Sumber Data 51
3.3.1 Jenis Data 51
3.3.2 Sumber Data 52
3.4 Populasi dan Sampel 53
3.4.1 Populasi 53
3.4.2 Sampel 54
3.5 Teknik Pengumpulan Data 55
3.6 Uji Instrumen Penelitian 57
3.6.1 Uji Validitas 57
3.6.2 Uji Reliabilitas 58

3.7 Uji Asumsi Klasik 59
3.7.1 Uji Normalitas 60
3.7.2 Uji Multikolinearitas 60
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas 61
3.7.4 Uji Autokorelasi 62
3.7.5 Uji Linearitas 63
3.8 Rancangan Analisis Data 64
3.8.1 Analisis Deskriptif 64
3.8.2 Analisis Verifikatif 67
3.9 Rancangan Uji Hipotesis 68
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 71
4.1 Profil Tempat Penelitian 71
4.1.1 Profil Fore Coffee 71
4.1.2 Sejarah Fore Coffee 72
4.1.3 Visi dan Misi Fore Coffee 75
4.2 Profil Responden 76
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 76
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasasrkan Usia 78
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan 79
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 80
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan 81
4.3 Hasil Uji Instrumen Penelitian 83
4.3.1 Hasil Uji Validitas 83
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas 85
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik 87
4.4.1 Uji Normalitas 87
4.4.2 Uji Multikolienaritas 89
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas 90
4.4.4 Uji Linearitas 93
4.5 Hasil Analisis dan Uji Hipotesis 95
4.5.1 Hasil Analisis Deskriptif 95

4.5.1.1 Analisis Deskriptif pada Variabel Green Lifestyle.....96
4.5.1.2 Analisis Deskriptif pada Variabel Green Product 99
4.5.1.3 Analisis Deskriptif pada Variabel Green Purchase Decision 102
4.5.2 Hasil Analisis Verifikatif 105
4.5.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda 105
4.5.2.2 Uji Parsial (t).....107
4.5.2.3 Uji Simultan (F) 112
4.5.2.4 Analisis Koifisien Determinasi (R2).....114
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian 115
4.6.1 Pengaruuh *Green Lifestyle* Terhadap *Green Purchase Decision*.....115
4.6.2 Pengaruh *Green Porduct* Terhadap *Green Purchase Decision* 117
4.6.3 Pengaruh *Green Lifestyle* Dan *Green Product* Terhadap *Green Purchase Decision*.....119
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 121
5.1 Kesimpulan 121
5.2 Saran.....122
DAFTAR PUSTAKA 124
LAMPIRAN.....134

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Indeks Kategori: Kedai Kopi 4
Tabel 1. 2 Jadwal Penelitian..... 15
Tabel 2. 1 Dimensi dan Indikator Green Lifestyle..... 27
Tabel 2. 2 Dimensi dan Indikator Green Product 31
Tabel 2. 3 Dimensi dan Indikator Green Purchase Decision 37
Tabel 2. 4 Penelitian Terdahulu 41
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel 50
Tabel 3. 2 Skala Likert 56
Tabel 3. 3 Pengambilan Keputusan Ada Tidaknya Autokorelasi: 62
Tabel 3. 4 Pemberian Nilai Scoring 64
Tabel 3. 5 Katagori Jumlah Skor Responden..... 65
Tabel 3. 6 Klasifikasi Nilai Rata-Rata 67
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 76
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... 78
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan 79
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 80
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan..... 81
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel X1,X2, dan Y 84
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian..... 85
Tabel 4. 8 Uji Kolmogorov-Smirnov 87
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas..... 90
Tabel 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Uji Glejser 91
Tabel 4. 14 Hasil Uji Linearitas Variabel X1 ke Y 93
Tabel 4. 15 Hasil Uji Linearitas Variabel X2 ke Y 94
Tabel 4. 16 Klasifikasi Nilai Rata-Rata 95
Tabel 4. 17 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Green Lifestyle 96
Tabel 4. 18 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Green Product 99
Tabel 4. 19 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Green Purchase Decision..... 102
Tabel 4. 20 Hasil Uji Regresi Linier Berganda..... 105
Tabel 4. 21 Tabel Hasil Uji T Parsial Variabel X1 Ke Y 108
Tabel 4. 22 Tabel Hasil Uji T Parsial Variabel X2 Ke Y 110
Tabel 4. 23 Hasil Uji Simultan (F)..... 113
Tabel 4. 24 Hasil Analisis Koefisien Determinasi R^2 114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Konsumsi Kopi 2
Gambar 1. 2 Konsumsi Kopi di Indonesia 3
Gambar 2. 1 Model Perilaku Konsumen 22
Gambar 2. 2 Proses Keputusan Pembelian 35
Gambar 2. 3 Faktor *Green Purchase Decision* 36
Gambar 2. 4 Paradigma Penellitian 46
Gambar 3. 1 Katagori Jumlah Skor Responden 65
Gambar 4. 1 Logo Fore Coffee 71
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas Normal P-P Plot 88
Gambar 4. 3 Hasil Uji Normalitas Histogram 88
Gambar 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Grafik Scartterplot 92

LAMPIRAN

Lampiran 1 Keputusan Surat Bimbingan.....134
Lampiran 2 Kartu Bimbingan 135
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian.....136
Lampiran 4 Tabulasi Data Penelitian.....141
Lampiran 5 Nilai R Tabel 151
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas Dan Reabilitas.....151
Lampiran 7 Hasil Uji Normalitas.....155
Lampiran 8 Hasil Uji Multikolinieritas.....155
Lampiran 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....156
Lampiran 10 Hasil Uji Linieritas (X1).....156
Lampiran 11 Hasil Uji Linieritas (X2).....157
Lampiran 12 Lampiran T Tabel 157
Lampiran 13 Hasil Uji T Parsial 157
Lampiran 14 F Tabel.....158
Lampiran 15 Uji F Simultan 158
Lampiran 16 Koefisien Determinasi 158