

ABSTRAK

Laras Sylvana Fauziyyah (1102837), “Pengaruh *Green Awareness* Terhadap *Green Consumer Behavior* Survei Pada Konsumen Starbucks Coffee Paris Van Java Mall Bandung”, dibawah bimbingan Dr. Vanessa Gaffar, SE. Ak. MBA.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran mengenai *green awareness* dan *green consumer behavior* serta bagaimana pengaruh *green awareness* terhadap *green consumer behavior* pada Starbucks Coffee Paris Van Java Mall Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Sampel berjumlah 100 orang yang merupakan konsumen Starbucks Coffee Paris Van Java Mall Bandung. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah koefisien korelasi *pearson product moment* dan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *green awareness* konsumen Starbucks Coffee Paris Van Java Mall Bandung berada pada kategori tinggi dan *green consumer behavior* berada pada kategori tinggi pula. Hasil perhitungan korelasi variabel *green awareness* memiliki hubungan positif dengan klasifikasi rendah dengan *green consumer behavior*. Hasil perhitungan analisis regresi berganda diketahui bahwa *green consumer behavior* dipengaruhi oleh *green awareness* sebesar 30,8%, sedangkan sisanya sebesar 69,2% dipengaruhi faktor-faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis. Untuk meningkatkan *green consumer behavior*, pihak Starbucks Coffee hendaknya melakukan *green campaign* dengan frekuensi yang lebih sering, melakukan kegiatan *go green* dengan jangkauan lebih luas, dan melakukan strategi *viral marketing* dengan baik.

Kata Kunci : *green awareness, green product, green consumer behavior*

ABSTRACT

Laras Sylvana Fauziyyah (1102837), Influence of Green Awareness to Green Consumer Behavior Study at Starbucks Coffee Paris Van Java Mall Bandung, Under The Guidance of Dr. Vanessa Gaffar, SE. Ak. MBA.

This study aims to describe green awareness and green consumer behavior and influence of green awareness to green consumer behavior of Starbucks Coffee Paris Van Java Mall Bandung.

This research uses descriptive and verification methods. Sample of 100 respondents who are consumers of Starbucks Coffee Paris Van Java Mall Bandung. The sampling technique used is purposive sampling. The analysis technique used is the pearson product moment correlation coefficient and multiple regression analysis. Hypothesis testing using t-test to see the effect of partially.

The results showed that green awareness of Starbucks Coffee Paris Van Java Mall Bandung is located in the high category and green consumer behavior is located in the high category too. The result of correlation shows that green awareness variable has positive relation with low classification toward green consumer behavior. Calculation results obtained multiple regression analysis, green awareness can effect green consumer behavior variable was 30,8% while the remaining 69,2% of the variable green consumer behavior by other factors not examined. To increase the green consumer behavior Starbucks Coffee should do green campaign with greater frequency, do go green activities with wider range, and do a good viral marketing strategy.

Keywords : *green awareness, green product, green consumer behavior*