

ABSTRAK

Pemanasan global merupakan isu yang mencuat kuat di seluruh penjuru dunia. Perubahan suhu, kerusakan hutan, tidak stabilnya iklim, bahkan menipisnya lapisan ozon. Indonesia menempati urutan kedua dalam negara yang mengotori laut sebanyak 3,2 juta metric ton sampah plastic yang salah urus setelah China yang menempati urutan pertama dengan 8,8 juta metric ton sampah plastic. Kota Bandung merupakan salah satu kota yang menghasilkan sampah plastik salah satu yang terbesar di Indonesia dan meningkat hasilnya dari tahun sebelumnya.

Perilaku masyarakat dalam membuang sampah pada tempatnya belum dilakukan seluruhnya. Masih ada banyak masyarakat yang belum peduli akan dampak buruk membuang sampah sembarangan. Banyak perusahaan-perusahaan ikut mengkampanyekan kegiatan ramah lingkungan mereka sebagai tanggung jawab perusahaan kepada lingkungan, salah satunya Starbucks kedai kopi terbesar di dunia dengan 20.336 kedai di 61 negara. Starbucks mempunyai komitmen pada lingkungan dan percaya akan pentingnya merawat dunia dan bekerja dengan serta mendorong orang lain untuk melakukan hal yang sama. Dalam upaya menjadi kedai kopi yang ramah pada lingkungan, Starbucks juga menjual beberapa produk *merchandise*, seperti *tumbler* dan sedotan besi yang dapat digunakan berulang kali yang menggantikan sedotan plastik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur variabel *Green Purchase Decision* yang dipengaruhi oleh *Green Awareness*, *Green Commitment*, *Green Companies*, *Green Circle*, dan *Green Experience* pada konsumen Starbucks di kota Bandung. Penelitian ini menggunakan PLS sebagai alat untuk mengukur variabel yang berpengaruh terhadap *Green Purchase Decision* dan data diambil dari 415 responden melalui *form online*.

Penelitian dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) pada SmartPLS 3.0 sebagai alat uji statistic. Hasil menunjukkan bahwa hanya 3 variabel yang memiliki pengaruh terhadap *Green Purchase Decision* pada Starbucks di Bandung yaitu *Green Companies*, *Green Circle* dan *Green Experience*. Hasil dari R^2 dikatakan tinggi dengan nilai presentase 74,6%.

Kata Kunci: Green Marketing, Green Purchase Decision, SEM PLS, Starbucks