

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Reduce, Reuse, Recycle, Recovery* dan *Disposal* Terhadap Persepsi Konsumen (Studi J.CO Donuts & Coffee Di Kota Bandung Pada Tahun 2014)”**.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis menerima banyak dukungan, perhatian, bimbingan, bantuan serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih dan penghargaan yang tiada terhingga kepada:

1. Ibu Eka Yuliana, ST., MSM selaku dosen pembimbing atas ketulusan hati dan kesabarannya dalam membimbing, mendukung, dan mengarahkan penulis.
2. Ibu Indira Rachmawati dan Ibu Sisca Eka Fitria selaku penguji yang telah memberikan ilmu dan saran untuk penyempurnaan penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Sri Widyanesti selaku dosen wali yang selalu membantu saya dalam urusan pengambilan permatakuliahan.
4. Semua dosen dan Telkom Economic Business School yang telah memberikan ilmu dan bimbingan kepada penulis.
5. Segenap staf pengajar dan civitas akademik Telkom Economic Business School yang telah membantu dalam mempersiapkan kebutuhan untuk menyelesaikan penelitian ini.
6. Keluarga Tercinta yaitu Ibunda Herni Junianti, Ayahanda M. Tonny Siftoni, Kak Adhityananda Octavianti dan Dik Muhammad Donny Herdanto, serta keluarga besar lainnya, terima kasih atas doa, dukungan, kesabaran, dan kasih sayang yang tidak akan pernah berhenti dan tidak akan habis untuk diberikan kepada penulis.
7. Elvi Liliany, Syafira, Dien Zakiah, Fauzia Syarifah, Maysaptiari, Vivi Rizky, Ratih Trias, Nilam Alifa, Farah Balqish terima kasih atas dukungan dan perhatiannya. Semoga kalian sukses selalu dan bisa tetap menjadi sahabat yang selalu ada.
8. Danian Wichaksono, partner yang selalu menyemangati dan memberikan jalan keluar apabila ada masalah ditengah penyusunan skripsi ini.
9. Elsa Olivia, Yuanita Indah dan Aldi Fitriadi serta anggota IMT Choir lainnya yang selalu membantu dan tidak lelah memberikan motivasi kepada penulis selama menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuangan yaitu Citra Lingga, dan Riana Satriana serta MBTI F 2010 lainnya dan angkatan 2010 Telkom Economic Business School.

11. Seluruh pihak dengan tidak mengurangi rasa hormat yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan tugas akhir ini masih belum sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan sebagai bahan perbaikan di masa yang akan datang. Penulis dengan segala keterbatasan berharap semoga penelitian ini dapat berguna bagi para pembaca dan pihak-pihak yang berkepentingan. Akhirnya semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas amal dan budi baik kita semua. Amin.

Bandung, 05 September 2014

Penulis,

Muhammad Dendy H.

NPM: 1201100163

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
HALAMAN PERNYATAAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Tinjauan Terhadap Objek Studi.....	1
1.1.1 Visi dan Misi Saung Angklung Udjo .....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	3
1.3 Perumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian .....	9
1.5 Kegunaan Penelitian .....	9
1.6 Sistematika Penulisan .....	10

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	11
2.1.1 Pemasaran.....	11
2.1.2 Konsep Pemasaran Holistik.....	11
2.1.2.1 Pemasaran Kinerja .....	12
2.1.3 Social Responsibility Marketing .....	12
2.1.4 Konsep Berwawasan Sosial.....	12
2.1.5 Green Marketing.....	12
2.1.6 Manajemen Sampah .....	13
2.1.6.1 Reduce.....	14
2.1.6.2 Reuse .....	14
2.1.6.3 Recycle.....	14

2.1.6.4 Recovery.....	14
2.1.6.5 Disposal.....	14
2.1.7 Perilaku Konsumen .....	15
2.1.8 Proses Psikologi Kunci.....	15
2.1.9 Persepsi.....	15
2.1.8 Persepsi Konsumen .....	15
2.1.8 Proses Pembentukan Persepsi.....	18
2.2 Keterkaitan <i>Reduce, Reuse, Recycle, Recovery</i> dan <i>Disposal</i> Terhadap Persepsi Konsumen.....	19
2.3 Penelitian Terdahulu.....	20
2.3.1 Skripsi dan <i>Thesis</i> .....	20
2.3.2 Jurnal .....	25
2.4 Kerangka Pemikiran .....	37
2.5 Hipotesis .....	38
2.6 Ruang Lingkup Penelitian .....	38

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian .....	39
3.2 Variabel Operasional .....	39
3.2.1 Variabel dan Sub Variabel.....	39
3.2.2 Skala Pengukuran .....	39
3.3 Tahapan Penelitian .....	42
3.4 Populasi dan Sampel.....	43
3.4.1 Populasi .....	43
3.4.2 Sampel .....	44
3.4.3 Teknik Sampling .....	44
3.5 Pengumpulan Data.....	45
3.5.1 Data Primer .....	45
3.5.2 Data Sekunder .....	45
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	45
3.6.1 Uji Validitas .....	45
3.6.2 Uji Realibilitas.....	47
3.7 Teknik Analisis Data .....	49
3.7.1 Analisis Deskriptif .....	49

3.7.2	Method Succesive Interval (MSI)	50
3.7.3	Uji Asumsi Klasik	51
3.7.4	Analisis Regresi Berganda	52
3.8	Pengujian Hipotesis	53
3.8.1	Koefisien Determinasi	53
3.8.2	Uji F	53
3.8.3	Uji T	53

#### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Analisis Deskriptif	39
4.1.1	Katakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
4.1.2	Katakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
4.1.3	Katakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
4.1.4	Katakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan	57
4.1.5	Katakteristik Responden Berdasarkan Kepernahan Mengunjungi J.CO Donuts & Coffee di Kota Bandung	58
4.2.	Hasil Penelitian	60
4.2.1	Uji Statistik Deskriptif Variabel <i>Reduce, Reuse, Recycle, Recovery</i> dan <i>Disposal</i> Terhadap Persepsi Konsumen	60
	1. Tanggapan Responden Terhadap <i>Item</i> Variabel <i>Reduce</i>	60
	2. Tanggapan Responden Terhadap <i>Item</i> Variabel <i>Reuse</i>	62
	3. Tanggapan Responden Terhadap <i>Item</i> Variabel <i>Recycle</i>	63
	4. Tanggapan Responden Terhadap <i>Item</i> Variabel <i>Recovery</i>	64
	5. Tanggapan Responden Terhadap <i>Item</i> Variabel <i>Disposal</i>	66
	6. Tanggapan Responden Terhadap <i>Item</i> Variabel Persepsi Konsumen	68
4.3	Uji Asumsi Klasik	70
4.3.1	Uji Normalitas	70
4.3.2	Uji Multikorelasi	71
4.3.3	Uji Heterokedastisitas	71
4.4	Analisis Regresi Berganda	72
4.5	Pengujian Hipotesis	74
4.5.1	Koefisien Determinasi	74
4.5.2	Uji F	74
4.5.3	Uji T	75

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	49
5.2	Saran .....	78
	5.2.1 Saran Bagi J.CO Donuts & Coffee .....	79
	5.2.2 Saran Bagi Penelitian.....	79
	DAFTAR PUSTAKA .....	81
	LAMPIRAN.....	84

## DAFTAR TABEL

1.1	Gerai J.Co di Kota Bandung Berdasarkan Lokasi .....	2
1.2	Rata-Rata Produksi Sampah Per Hari di Kota Bandung .....	5
2.1	Skripsi.....	20
2.2	Jurnal Nasional .....	25
2.3	Jurnal Internasional.....	32
3.1	Operasional Variabel .....	40
3.2	Uji Validitas <i>Reduce, Reuse, Recycle, Recovery</i> dan <i>Disposal</i> .....	46
3.3	Uji Validitas Persepsi Konsumen .....	47
3.4	Uji Reliabilitas <i>Reduce, Reuse, Recycle, Recovery</i> dan <i>Disposal</i> .....	48
3.5	Uji Reliabilitas Persepsi Konsumen .....	48
4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia .....	56
4.3	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
4.4	Profil Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan.....	58
4.5	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kepernahan Mengunjungi J.CO Donuts & Coffee di Kota Bandung .....	59
4.6	Bobot Nilai Alternatif Jawaban .....	60
4.7	Tanggapan Responden Terhadap <i>Item</i> Variabel <i>Reduce</i> .....	61
4.8	Tanggapan Responden Terhadap <i>Item</i> Variabel <i>Reuse</i> .....	62
4.9	Tanggapan Responden Terhadap <i>Item</i> Variabel <i>Recycle</i> .....	63
4.10	Tanggapan Responden Terhadap <i>Item</i> Variabel <i>Recovery</i> .....	65
4.11	Tanggapan Responden Terhadap <i>Item</i> Variabel <i>Disposal</i> .....	67
4.12	Tanggapan Responden Terhadap <i>Item</i> Variabel Persepsi Konsumen .....	69
4.13	Hasil Uji Multikorelasi .....	71
4.14	Hasil Uji Regresi Berganda .....	73
4.15	Koefisien Determinasi .....	74
4.16	Hasil Uji F .....	75
4.17	Hasil Uji T .....	76

## DAFTAR GAMBAR

1.1	Logo Perusahaan .....	1
1.2	Kekeun Festival .....	3
1.3	<i>Braga Culinary Night</i> .....	4
1.4	Opini Manajemen J.Co Melalui KasKus .....	8
2.1	<i>Waste Management Hierarchy</i> .....	13
2.2	Kerangka Pemikiran .....	37
3.1	Tahapan Penelitian .....	43
3.2	Garis Kontinum .....	50
4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	1
4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia .....	1
4.3	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	1
4.4	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan .....	1
4.5	Profil Responden Berdasarkan Kepernahan Mengunjungi J.CO Donuts & Coffee Di Kota Bandung .....	1
4.6	Garis Kontinum <i>Reduce</i> .....	50
4.7	Garis Kontinum <i>Reuse</i> .....	50
4.8	Garis Kontinum <i>Recycle</i> .....	50
4.9	Garis Kontinum <i>Recovery</i> .....	50
4.10	Garis Kontinum <i>Disposal</i> .....	50
4.11	Garis Kontinum Persepsi Konsumen .....	50
4.12	Hasil Uji Normalitas .....	3
4.13	Hasil Uji Heterokedastisitas .....	3



## DAFTAR LAMPIRAN

1.1	Kuisisioner .....	85
1.2	Tabulasi Kuisisioner 400 Responden .....	89
1.2	Tabulasi Kuisisioner MSI .....	102