

**PENGARUH PRAKTIK RAMAH LINGKUNGAN, CITRA HIJAU DAN
KETERIKATAN MEREK TERHADAP ADVOKASI DAN LOYALITAS
MEREK FORE COFFEE PADA GENERASI Z**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)

Pada

Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh :

Shakira Magdalena Situmorang

NPM : 210326250

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2025**

**PENGARUH PRAKTIK RAMAH LINGKUNGAN, CITRA HIJAU DAN
KETERIKATAN MEREK TERHADAP ADVOKASI DAN LOYALITAS
MEREK FORE COFFEE PADA GENERASI Z**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)

Pada

Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh :

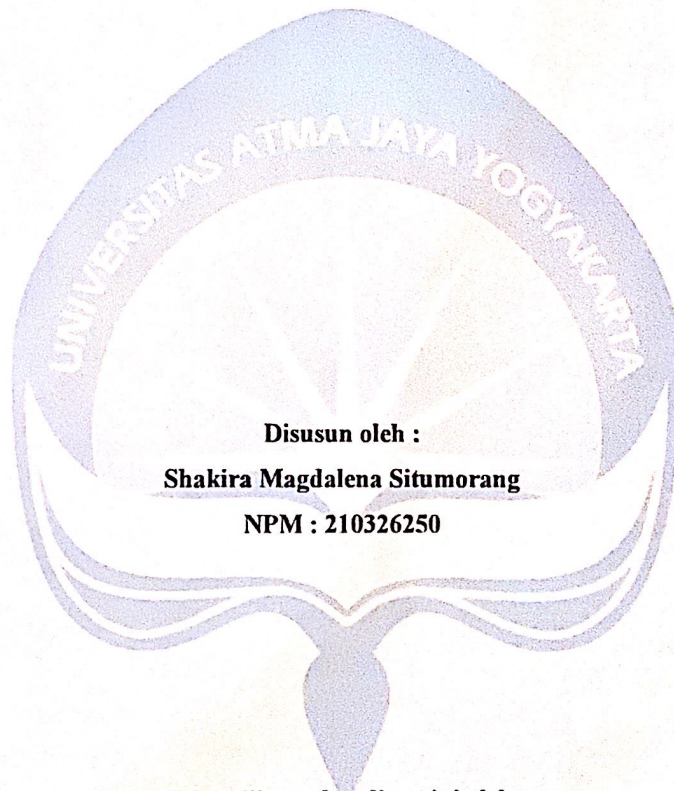
Shakira Magdalena Situmorang

NPM : 210326250

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH PRAKTIK RAMAH LINGKUNGAN, CITRA HIJAU DAN
KETERIKATAN MEREK TERHADAP ADVOKASI DAN LOYALITAS
MEREK FORE COFFEE PADA GENERASI Z**



Disusun oleh :
Shakira Magdalena Situmorang
NPM : 210326250

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing,

Nadia Nila Sari, SE., MBA

12 Juni 2025

Skripsi

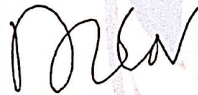
PENGARUH PRAKTIK RAMAH LINGKUNGAN, CITRA HIJAU DAN KETERIKATAN MEREK TERHADAP ADVOKASI DAN LOYALITAS MEREK FORE COFFEE PADA GENERASI Z

Yang telah dipersiapkan dan disusun oleh
Shakira Magdalena Situmorang
NPM: 210326250

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
Pada tanggal, 8 Juli 2025
Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima
Sebagai salah satu persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)
Program studi manajemen

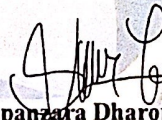
SUSUNAN PANITIA PENGUJI:

Ketua Panitia Penguji



Elisabet Dita Septiari, SE., M.Sc, Ph.D

Anggota Panitia Penguji



Vonezyo Yupanegara Dharomesz, SE., MBA

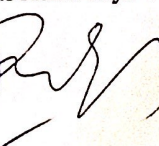


Nadia Nila Sari, SE., MBA

Yogyakarta, 8 Juli 2025

Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta




Wenefrida Malesu N. Krisjanti, SE., M.Sc, Ph.D
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH PRAKTIK RAMAH LINGKUNGAN, CITRA HIJAU DAN
KETRIKATAN MEREK TERHADAP ADVOKASI DAN LOYALITAS MEREK
FORE COFFEE PADA GENERASI Z**

Skripsi ini merupakan hasil karya orisinal saya. Segala bentuk kutipan, baik secara langsung maupun tidak langsung yang berasal dari pemikiran atau tulisan pihak lain telah saya cantumkan dengan benar melalui catatan kaki dan daftar pustaka. Jika di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini mengandung unsur plagiarisme, baik sebagian maupun seluruhnya, maka saya bersedia gelar dan ijazah yang telah saya peroleh dibatalkan dan dikembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 12 Juni 2025

Yang menyatakan,



Shakira Magdalena Situmorang

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dihaturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatnya, penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul **Pengaruh Praktik Ramah Lingkungan, Citra Hijau dan Keterikatan Merek terhadap Advokasi dan Loyalitas Merek Fore Coffee Pada Generasi Z** dengan baik, penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan mulus, berkat dukungan dan bantuan dari banyak pihak atas masukan, saran, dan motivasi.

Oleh karena itu dengan hormat dan ketulusan, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan kasihnya selama proses pengerjaan, bimbingan, dan melancarkan pengerjaan Skripsi ini.
2. Ibu Nadia Nila Sari, SE., MBA selaku dosen pembimbing yang telah senantiasa mendukung dan memberikan arahan agar skripsi dapat berjalan dengan lancar.
3. Bapak / Ibu Dosen dan Staff yang senantiasa memberikan ilmu dan juga membantu dalam lancarnya proses perkuliahan dan pengerjaan skripsi dari awal hingga akhir.
4. Seluruh anggota keluarga tercinta dan terkasih (Papa, Mama, Tante Nora, Shania) yang senantiasa memberikan doa, fasilitas, dukungan, semangat dan selalu mendoakan kelancaran dan keberhasilan dalam mengerjakan skripsi,
5. Seluruh anggota keluarga besar (Keluarga Situmorang, Siahaan, dan Keluarga di Sumba) lainnya yang sudah membantu memberikan doa dan fasilitas untuk kelancaran dan keberhasilan mengerjakan skripsi.
6. Teman seperjuangan dalam perkuliahan, Yugik, Yosef, Kevin, Sherli, Silvi, Erna, Ris, dan Jenny yang senantiasa mendukung, memberi motivasi, dan telah berjuang bersama dalam menjalankan skripsi.
7. Teman terkasih kak Lintang dan kak Arus yang telah senantiasa memberi motivasi, memberikan semangat dan mendukung dalam pengerjaan skripsi ini dari awal hingga akhir.
8. Teruntuk Mbak Purwanti yang senantiasa membantu memberikan fasilitas, dan memberikan dukungan serta penyemangat dalam mengerjakan skripsi dari awal hingga akhir.

Dalam penulisan skripsi ini penulis sangat menyadari adanya kekurangan dikarenakan keterbatasan dan kendala yang dihadapi, dan dari hal tersebut penulis mendapatkan kritik dan saran yang membangun sehingga skripsi dapat terbentuk dengan baik. Penulis berharap skripsi dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membaca.

Yogyakarta, 12 Juni 2025

Penulis



Shakira Magdalena Situmorang

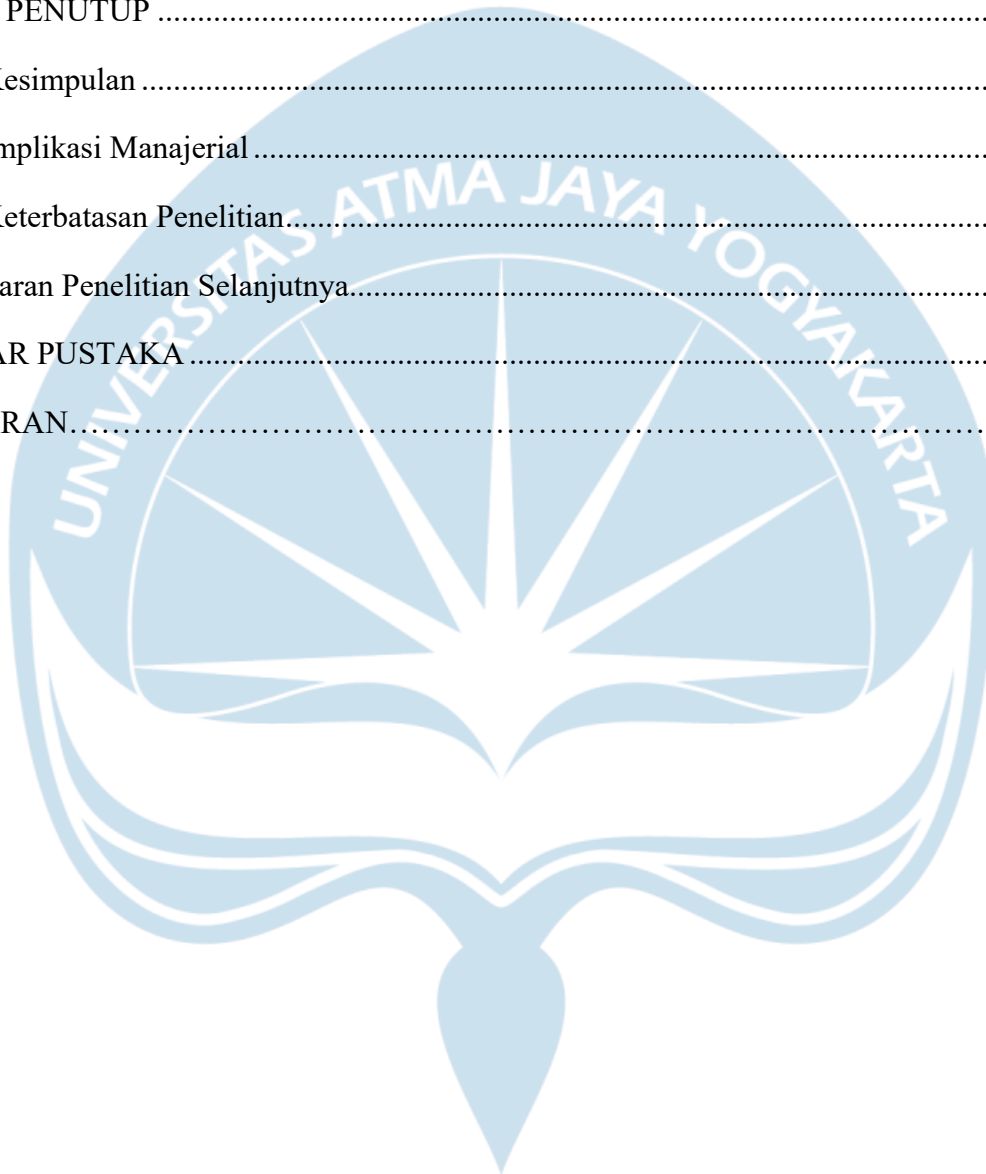


DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PENGUJI.....	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Tinjauan Literatur	11
2.1.1 Praktik ramah lingkungan	11
2.1.2 Citra Hijau	11
2.1.3 Keterikatan Merek	12
2.1.4 Advokasi Merek.....	12
2.1.5 Loyalitas Merek	14
2.2 Penelitian Terdahulu	15
2.3 Pengembangan Hipotesis	19
2.3.1 Pengaruh Praktik Ramah Lingkungan kepada Citra Hijau	19
2.3.2 Pengaruh praktik Ramah Lingkungan kepada keterikatan merek	20
2.3.3 Pengaruh Citra Hijau kepada Keterikatan Merek	20
2.3.4 Pengaruh keterikatan merek kepada advokasi merek	21

2.3.5 Pengaruh keterikatan merek kepada loyalitas merek.....	21
2.4 Kerangka Penelitian.....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	23
3.1 Pendekatan Penelitian.....	23
3.2 Objek, Subjek dan Lokasi Penelitian.....	23
3.3 Populasi dan Sample.....	24
3.3.1 Metode Sampling.....	24
3.4 Definisi Opersional.....	25
3.5 Skala Pengukuran.....	27
3.6 Pengumpulan Data.....	27
3.7 <i>Face Validity</i>	28
3.8 Metode Analisis Data.....	29
3.8.1 Statistik Deskriptif.....	29
3.8.2 <i>Structural Equation Model – Partial Least Square (SEM – PLS)</i>	30
3.8.2.1 <i>Outer Model</i>	30
3.8.2.2 <i>Inner model</i>	31
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Filter Responden.....	33
4.2 Demografi Penelitian.....	35
4.3 Statistik Deskriptif.....	36
4.4 Analisis Data.....	39
4.4.1 <i>Structural Equation Model – Partial Least Square</i>	39
4.4.1.1 <i>Outer Model</i>	39
4.4.1.2 <i>Inner Model</i>	44
4.5 <i>Bootstrapping</i>	46
4.5.1 Pembahasan Hipotesis.....	48
4.5.1.1 Pengaruh Praktik Ramah Lingkungan terhadap Citra Hijau.....	48

4.5.1.2 Pengaruh Praktik Ramah Lingkungan terhadap keterikatan merek.....	49
4.5.1.3 Pengaruh Citra Hijau terhadap Keterikatan Merek.....	50
4.5.1.4 Pengaruh Keterikatan Merek terhadap Advokasi Merek.....	51
4.5.1.5 Pengaruh Keterikatan Merek terhadap Loyalitas Merek.	51
BAB V PENUTUP	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Implikasi Manajerial	53
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	55
5.4 Saran Penelitian Selanjutnya.....	56
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN.....	66



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kemasan dan <i>Furniture Upcycle</i> Foré	2
Gambar 1.2 Menu ‘Tani Series’ Foré Coffee	3
Gambar 1.3 Program ‘Discover the Unseen’ Foré coffee.....	4
Gambar 2.1 Gambar Kerangka Penelitian	22
Gambar 4.1 Kerangka Model Struktural.....	40



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 Definisi Operasional	25
Tabel 3.2 <i>Skala Likert</i>	27
Tabel 3.3 Hasil <i>Face Validity</i>	28
Tabel 3.4 Kategori Interval	29
Tabel 4.1 Filter Responden	34
Tabel 4.2 Demografi Responden	35
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Variabel Praktik Ramah Lingkungan	36
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel Citra Hijau	37
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel Keterikatan Merek	37
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Advokasi Merek	38
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel loyalitas Merek	38
Tabel 4.8 Hasil Nilai <i>Outer Loadings</i>	40
Tabel 4.9 Hasil Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	41
Tabel 4.10 Hasil Nilai <i>Cross Loading</i>	42
Tabel 4.11 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	43
Tabel 4.12 Hasil <i>Fornell-Larcker</i>	43
Tabel 4.13 Nilai <i>Adjusted R-Square</i>	44
Tabel 4.14 Hasil Nilai <i>F-Square</i>	45
Tabel 4.15 Hasil Nilai <i>Q-Square</i>	46
Tabel 4.16 Hasil <i>P valueath Coefficients</i>	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	67
Lampiran 2. Hasil Kueisoner	77
Lampiran 3. Hasil Analisis Smartpls 4	80
Lampiran 4 Jurnal Utama.....	82
Lampiran 5 Hasil Cek Plagiarism	97



PENGARUH PRAKTIK RAMAH LINGKUNGAN, CITRA HIJAU DAN KETERIKATAN MEREK TERHADAP ADVOKASI DAN LOYALITAS MEREK FORE COFFEE PADA GENERASI Z

Disusun oleh:

Shakira Magdalena Situmorang

NPM: 210326250

Pembimbing:

Nadia Nila Sari, SE., MBA

Abstrak

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisa pengaruh dari Praktik Ramah Lingkungan (*Eco-Friendly Practice*) terhadap Citra hijau (*Green Image*) dan Keterikatan Merek (*Brand Attachment*), lalu keterikatan Merek (*Brand Attachment*) terhadap Advokasi Merek (*Brand Advocacy*) dan Loyalitas Merek (*Brand Loyalty*). Penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Model* (SEM) dengan basis varian *Partial Least Square* (PLS), adapun *software* yang digunakan adalah Smartpls4. Pengumpulan responden dengan metode *purposive sampling* melalui Google Forms dengan *skala likert* 5 poin, kuesioner disebarakan melalui sosial media dan secara langsung. Responden yang didapatkan sebanyak 160 dan setelah dilakukan penyaringan melalui pertanyaan filter, data yang diolah sebanyak 156. Hasil penelitian didapatkan bahwa Praktik Ramah Lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Hijau. Namun Praktik Ramah Lingkungan tidak berpengaruh terhadap Keterikatan Merek. Kemudian Keterikatan Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Advokasi Merek. Dan terakhir Keterikatan Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Merek.

Kata kunci: Praktik Ramah Lingkungan, Praktik Eco-Friendly, Citra Hijau, Keterikatan Merek, Advokasi Merek, Loyalitas Merek