

**PENGARUH GREEN BRANDING KOPI NAKO DAUR BAUR
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG**

SKRIPSI



Oleh :

ZAKYA CAHAYA KAMILA

NPM. 22043010023

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN ILMU POLITIK
UPN VETERAN JAWA TIMUR
SURABAYA
2026**

**PENGARUH GREEN BRANDING KOPI NAKO DAUR BAUR
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG**

SKRIPSI



Oleh :

ZAKYA CAHAYA KAMILA

NPM. 22043010023

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN ILMU POLITIK

UPN VETERAN JAWA TIMUR

SURABAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH GREEN BRANDING KOPI NAKO DAUR BAUR TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG**

Disusun oleh:

Zakya Cahaya Kamila
NPM. 22043010023

Telah disetujui mengikuti ujian lisan skripsi

DOSEN PEMBIMBING



Ratih Pandu M., S.I.Kom. M.A.
NIP. 199205292022032010

Mengetahui
DEKAN FISIBPOL



Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH GREEN BRANDING KOPI NAKO DAUR BAUR TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG**

Oleh:

Zakya Cahaya Kamila
NPM. 22043010023

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program
Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas
Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur pada tanggal 22 Juni 2026

Menyetujui,

PEMBIMBING

TIM PENGUJI,


Ratih Pandu M., S.I.Kom, M.A.
NIP. 199205292022032010


Dra. Herlina Suksmawati, M.Si
NIP. 196412251993092001


Ratih Pandu M., S.I.Kom, M.A.
NIP. 199205292022032010


Latif Ahmad Fauzan, S.I.Kom., M.A
NIP. 199207152024061001

Mengetahui
DEKAN FISIBPOL


Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Zakya Cahaya Kamila

NPM : 22043010023

Angkatan : 2022

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam skripsi ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 09 Juli 2026

Yang Membuat pernyataan



Zakya Cahaya Kamila

NPM. 22043010023

KATA PENGANTAR

Dengan rasa syukur yang dalam, penulis mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT atas segala rahmat dan kebaikan-Nya yang selalu menyertai, sehingga skripsi berjudul “Pengaruh Green Branding Kopi Nako Daur Baur terhadap Keputusan Pembelian Ulang” ini dapat diselesaikan. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa perjalanan menyusun skripsi ini tidak pernah benar-benar sendiri. Ada banyak tangan yang membantu, banyak doa yang menguatkan, dan banyak dukungan yang datang di saat penulis hampir menyerah. Dengan penuh ketulusan, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik.
2. Dr. Syafrida Nurrachmi Febriyanti, M.Med.Kom selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Ibu Ratih Mustikasari, S.I.Kom., M.A. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, serta ruang konsultasi yang terbuka, sehingga penulis dapat melalui setiap proses dengan lebih terarah.
4. Kedua orang tua tercinta yang selalu menjadi sumber kekuatan, tempat pulang, serta pemberi doa dan kasih sayang tanpa henti.

5. Adik perempuan penulis yang senantiasa menjadi penyemangat untuk terus berkembang dan menjadi pribadi yang lebih baik.
6. Sepupu sekaligus teman tumbuh atas dukungan, perhatian, serta semangat yang terus diberikan selama proses perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.
7. Kepada teman seperjuangan terima kasih atas kebersamaan, dukungan, serta momen yang telah dilalui bersama, yang menjadi bagian berharga dalam perjalanan ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta kontribusi bagi pembaca dan pengembangan ilmu pengetahuan di masa mendatang.

Surabaya, 24 Juni 2026

Penulis

ABSTRAKSI

Industri kopi di Indonesia terus berkembang pesat hingga mencapai lebih dari 62 ribu gerai. Di tengah kondisi ini membuat persaingan tidak lagi hanya soal produk, tetapi juga nilai yang ditawarkan. Salah satunya melalui konsep *green branding* yang banyak digunakan. Namun, menariknya masih sedikit penelitian yang benar-benar melihat bagaimana strategi ini memengaruhi keputusan konsumen untuk kembali membeli, terutama dari sudut pandang pengalaman yang mereka rasakan sendiri. Studi ini berfokus pada Kopi Nako Daur Baur sebagai objek penelitian, yang menerapkan konsep keberlanjutan secara nyata melalui berbagai inisiatif seperti penggunaan material daur ulang, fasilitas *rinse and collect*, dan kampanye lingkungan *seven sec action*. Penelitian dilakukan secara kuantitatif dengan pendekatan *theory of planned behavior* dan melibatkan 100 responden yang dipilih secara purposive. Data dianalisis menggunakan regresi linear sederhana. Dari hasil analisis, *green branding* terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang. Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, indikator *environmental performance satisfaction* memperoleh penilaian tertinggi, sementara *green attributes recall* memperoleh penilaian terendah dibandingkan indikator lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa pengalaman nyata konsumen terhadap praktik keberlanjutan lebih menentukan loyalitas dibandingkan ingatan terhadap program-program ramah lingkungan merek.

Kata Kunci: *Green branding*, Keputusan Pembelian Ulang, *Theory of Planned Behavior*, Kopi Nako Daur Baur

ABSTRACT

The coffee industry in Indonesia continues to grow rapidly, with more than 62,000 outlets. Amid these conditions, competition is no longer just about the product, but also the value offered. One way this is achieved is through the widely used concept of green branding. However, interestingly, there is still little research that truly examines how this strategy influences consumers' decisions to repurchase, particularly from the perspective of their own personal experiences. This study focuses on Kopi Nako Daur Baur as the research subject, which implements the concept of sustainability in practice through various initiatives such as the use of recycled materials, the Rinse and Collect program, and the Seven Sec Action environmental campaign. The research was conducted quantitatively using the Theory of Planned Behavior approach and involved 100 respondents selected through purposive sampling. Data were analyzed using simple linear regression. The results indicate that green branding has a positive and significant influence on repurchase decisions. Based on the results of the descriptive statistical analysis, the environmental performance satisfaction indicator received the highest score, while green attributes recall received the lowest score compared to other indicators. This suggests that consumers' actual experiences with sustainability practices are more decisive for loyalty than recall of the brand's environmental programs.

Keywords: *Green branding, Repurchase Decision, Theory of Planned Behavior, Kopi Nako Daur Baur*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERTANYAAN BEBAS PLAGIASI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAKSI.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Penelitian Terdahulu.....	11
2.2. Tinjauan Pustaka	17
2.2.1. Branding dalam Industri F&B.....	17
2.2.2. <i>Green branding</i>	20
2.2.3. Keputusan Pembelian Ulang	26
2.2.4. <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	31
2.3. Kerangka Berpikir	33
2.4. Hipotesis.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1. Pendekatan Penelitian	37
3.2. Definisi dan Operasional.....	38
3.3. Pengukuran Variabel	42
3.4. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	43
3.5. Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	44

3.5.1.	Populasi.....	44
3.5.2.	Sampel.....	45
3.5.3.	Teknik Penarikan Sampel.....	46
3.6.	Teknik Pengumpulan Data	48
3.7.	Teknik Analisis Data	49
3.7.1.	Uji Instrument	49
3.7.2.	Uji Asumsi Klasik	53
3.7.3.	Uji Hipotesis	55
3.7.4.	Analisis Regresi Linear Sederhana	56
3.7.5.	Uji Koefisien Determinasi	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		59
4.2.	Hasil Uji Instrumen	61
4.3.	Analisis Karakteristik Responden	64
4.5.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	80
4.6.	Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	82
4.7.	Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana	83
4.8.	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	84
4.9.	Pembahasan.....	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		98
5.1.	Kesimpulan	98
5.2.	Saran.....	99
LAMPIRAN.....		107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Desain arsitektur dan elemen interior Kopi Nako Daur Baur melalui pemanfaatan material daur ulang.....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	34
Gambar 4. 1 Logo Kopi Nako Daur Baur	59
Gambar 4. 2 Desain arsitektur dan elemen interior Kopi Nako Daur Baur	61
Gambar 4. 3 Hasil Uji Normalitas.....	80
Gambar 4. 4 Hasil Uji Linearitas	81
Gambar 4. 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas	82
Gambar 4. 6 Hasil Uji Hipotesis	83
Gambar 4. 7 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana	84
Gambar 4. 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi	84

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	41
Tabel 3. 2 Kategorisasi dan Skoring	43
Tabel 4. 1 Hasil uji validitas variabel X dan Y	62
Tabel 4. 2 Hasil uji reliabilitas variabel X dan Y	63
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Usia	65
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Domisili	65
Tabel 4. 6 Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	66
Tabel 4. 7 Kopi Nako Daur Baur memperhatikan dampak lingkungan setiap kegiatan operasionalnya	67
Tabel 4. 8 Kopi Nako Daur Baur aktif berkontribusi mengurangi dampak limbah plastik dari aktivitas operasionalnya	68
Tabel 4. 9 Saya percaya Kopi Nako Daur Baur konsisten dalam menjalankan komitmen terhadap lingkungan.....	69
Tabel 4. 10 Kopi Nako Daur Baur benar-benar menjalankan apa yang dijanjikan terkait komitmen lingkungannya.....	69
Tabel 4. 11 Saya mengenali Kopi Nako Daur Baur sebagai merek kopi yang menerapkan konsep ramah lingkungan	70
Tabel 4. 12 Saya mengetahui bahwa beberapa furnitur Kopi Nako Daur Baur terbuat dari limbah cup plastik	71
Tabel 4. 13 Saya mengetahui adanya fasilitas pengumpulan dan pembersihan gelas plastik bekas yang disediakan Kopi Nako Daur Baur.....	71
Tabel 4. 14 Saya mengingat bahwa elemen interior di Kopi Nako Daur Baur menggunakan bahan-bahan hasil daur ulang	72
Tabel 4. 15 Saya puas dengan upaya ramah lingkungan yang diterapkan secara nyata oleh Kopi Nako Daur Baur	73
Tabel 4. 16 Praktik keberlanjutan yang diimplementasikan Kopi Nako Daur Baur memenuhi harapan saya sebagai pelanggan.....	73

Tabel 4. 17 Saya berencana kembali membeli produk di Kopi Nako Daur Baur setelah kunjungan sebelumnya.....	75
Tabel 4. 18 Konsep keberlanjutan Kopi Nako Daur Baur mendorong saya untuk terus melakukan pembelian di sana.....	75
Tabel 4. 19 Saya merekomendasikan Kopi Nako Daur Baur kepada orang lain karena komitmen lingkungannya yang nyata.....	76
Tabel 4. 20 Saya dengan senang hati menceritakan praktik ramah lingkungan Kopi Nako Daur Baur kepada orang lain	77
Tabel 4. 21 Konsep keberlanjutan Kopi Nako Daur Baur menjadi alasan utama saya untuk tetap setia pada merek ini.....	77
Tabel 4. 22 Komitmen lingkungan Kopi Nako Daur Baur memperkuat keputusan saya untuk terus memilih merek ini dibanding kedai kopi lain.....	78
Tabel 4. 23 Hasil Uji Statistik Deskriptif	79