

ABSTRAKSI

Anggit Bima Dewantara, Nomor Mahasiswa 152150078, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul Penelitian “Pengaruh *Green Marketing* dan *Perceived Value* Terhadap *Brand Preference* Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian” (Studi pada Konsumen *Starbucks Coffee* Hartono Mall Yogyakarta), 2019. Dosen Pembimbing Susanta, dan Lukmono Hadi.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh *Green Marketing* dan *Perceived Value* Terhadap *Brand Preference* Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. Ukuran sampel pada penelitian ini 69 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *Probability Sampling* dengan *Systematic Random Sampling* untuk populasi tak terhingga. Teknik analisis data menggunakan Analisis Statistik Deskriptif dan Analisis Statistik Inferensial yang menggunakan metode statistik *Structural Equation Modelling* menggunakan *SmartPLS 3.0*.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa *Green Marketing* berpengaruh signifikan terhadap *Brand Preference*, *Perceived Value* berpengaruh signifikan terhadap *Brand Preference*, *Green Marketing* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, *Perceived Value* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, *Brand Preference* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, *Green Marketing* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand Preference*, *Perceived Value* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Brand Preference*.

Berdasarkan hasil penelitian, *Starbucks Coffee* Hartono Mall Yogyakarta harus dapat memperhatikan dan mempertahankan konsep pemasaran hijau dan nilai yang telah lama diberikan oleh pihak *Starbucks Coffee* kepada konsumen. pemasaran hijau dan nilai dapat membuat para konsumen menjadikan preferensi merek dan memberikan dampak pada keputusan pembelian terhadap *Starbucks Coffee* Hartono Mall Yogyakarta.

Kata kunci : *Green Marketing*, *Perceived Value*, *Brand Preference*, dan Keputusan Pembelian.