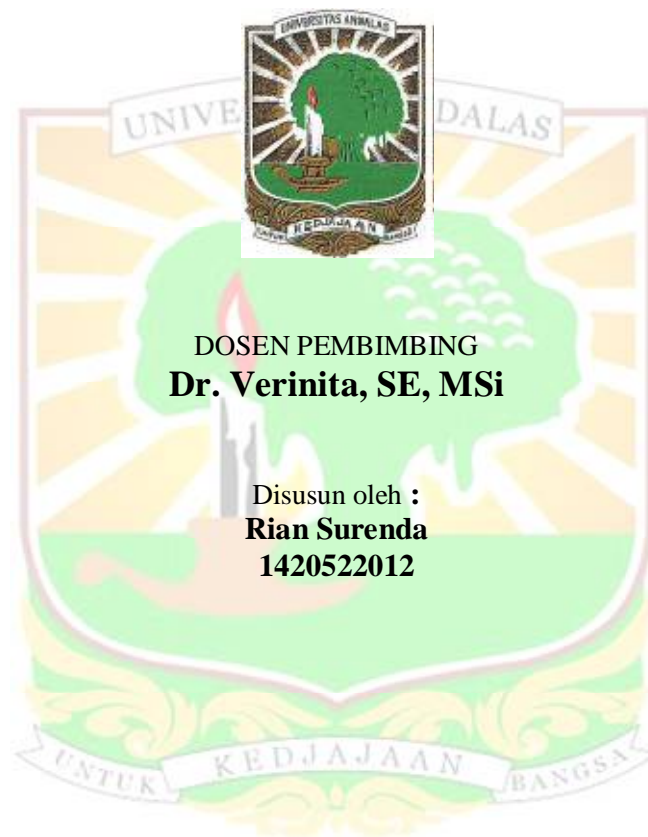


Pengaruh *Perceived Value* dan *Green Packaging* terhadap *Purchase Intention*

(Studi pada kafe *Bat and Arrow* Padang)

TESIS



DOSEN PEMBIMBING
Dr. Verinita, SE, MSi

Disusun oleh :
Rian Surenda
1420522012

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2017**

Pengaruh *Perceived Value* dan *Green Packaging* terhadap *Purchase Intention*

(Studi pada kafe *Bat and Arrow* Padang)

TESIS

Disusun dan Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat dalam

Mencapai derajat sarjana S-2 Magister Manajemen

Pada Program Studi Magister Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



Disusun oleh :

Rian Surenda

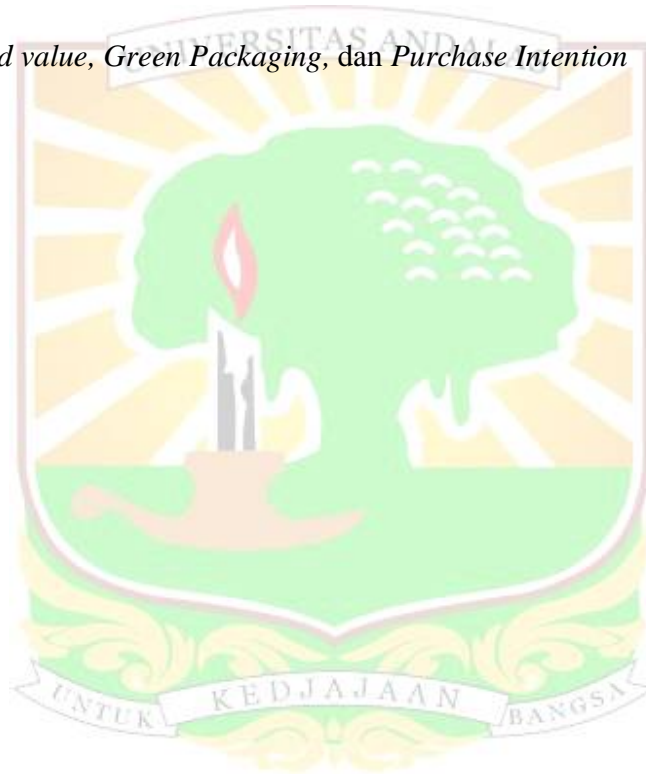
1420522012

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2017**

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) Pengaruh *Perceived Value* terhadap *Purchase Intention* pada kafe *Bat and Arrow* Padang. 2) Pengaruh *Green Packaging* terhadap *Purchase Intention* pada kafe *Bat and Arrow* Padang. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan kafe *Bat and Arrow*. Teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling*, ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 150 responden. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian menunjukkan *Perceived value* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention*. Dan *Green Packaging* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Purchase intention*.

Kata Kunci: *Perceived value*, *Green Packaging*, dan *Purchase Intention*



Abstract

The purpose of this study was to determine: 1) Effect of Perceived Value on Purchase Intention at the cafe Bat and Arrow Padang. 2) Effect of Green Packaging to Purchase Intention at the cafe Bat and Arrow Padang. The population in this study were cafe customers Bat and Arrow. The sampling technique is purposive sampling, the sample size used in this study was 150 respondents. Analysis of the data used is descriptive analysis and multiple regression analysis. Results from the study showed Perceived value and significant positive effect on the Purchase Intention. And Green Packaging did not have a significant effect on the Purchase intention.

Keywords: Perceived value, Green Packaging, and Purchase Intention

