

ABSTRAK

Manajemen Sampah dalam pengolahan bisnis merupakan kegiatan perbaikan lingkungan yang meliputi aktivitas *Reduce, Reuse, Recycle, Recovery* dan *Disposal*. Manajemen sampah ini juga bisa didefinisikan sebagai pendekatan sistem yang komprehensif, terintegrasi dan bersifat rasional dalam meraih keberhasilan terhadap pemeliharaan kualitas lingkungan. Tujuan dari penerapan manajemen sampah adalah agar terbentuknya lingkungan yang sehat dan tetap terjaga disekitar lingkungan kerja suatu perusahaan.

Terbentuknya lingkungan yang sehat tentunya akan memberikan persepsi positif pada konsumen atas apa yang telah dilakukan oleh perusahaan. Pada penelitian ini J.CO Donuts & Coffee diobservasi untuk mengetahui sejauh mana tingkat persentase dan signifikansi pengaruh *Reduce, Reuse, Recycle, Recovery* dan *Disposal* terhadap persepsi konsumen.

Penelitian ini merupakan penelitian bersifat kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis data, analisis deskriptif, uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabilitas independennya yaitu sebesar 26,5 % dan sisanya sebesar 73,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian model ini.

Dari penelitian ini dapat ditemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan pada *reduce, reuse, recycle, recovery* dan *disposal* terhadap persepsi konsumen. Sementara, pengaruh masing-masing variabel terhadap persepsi konsumen ditunjukkan bahwa variabel *reuse* dan *recovery* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi konsumen.

Kata Kunci: *Reduce; Reuse; Recycle; Recovery; Disposal; Persepsi Konsumen*