



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN  
*GREEN PACKAGING* PADA KEPUASAN PELANGGAN  
SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP MINAT BELI ULANG  
BERBASIS *SUSTAINABILITY* DI HOLLAND BAKERY  
JAKARTA**

**TESIS**

UNIVERSITAS  
AMY DAMAYANTI  
55124110044  
MERCU BUANA

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2026**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN  
*GREEN PACKAGING* PADA KEPUASAN PELANGGAN  
SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP MINAT BELI ULANG  
BERBASIS *SUSTAINABILITY* DI HOLLAND BAKERY  
JAKARTA**

**TESIS**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan  
Program Studi Magister Manajemen

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**AMY DAMAYANTI**

**55124110044**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2026**

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan *Green Packaging* Pada Kepuasan Pelanggan Serta Implikasinya Terhadap Minat Beli Ulang Berbasis *Sustainability* Di Holland Bakery Jakarta

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Amy Damayanti

NIM : 55124110044

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 19 Februari 2026

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 19 Februari 2026



Amy Damayanti

55124110044

 <b>UNIVERSITAS MERCU BUANA</b>	<b>BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA</b>	
---	--	---

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

## SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

**Nama** : AMY DAMAYANTI  
**NIM** : 55124110044  
**Fakultas / Program Studi** : PASCA / Magister Manajemen  
**Jenis** : Tesis  
**Judul Tugas Akhir** : PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN GREEN PACKAGING PADA KEPUASAN PELANGGAN SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP MINAT BELI ULANG BERBASIS SUSTAINABILITY DI HOLLAND BAKERY JAKARTA  
**Hasil Pengecekan Turnitin** : 26%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **26%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk penyerahan tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 14 March 2026  
**Kepala Biro Perpustakaan**

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

**Ket:** Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk penyerahan tugas akhir.

2026/Maret/14/0000000941/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan *Green Packaging*  
Pada Kepuasan Pelanggan Serta Implikasinya Terhadap Minat  
Beli Ulang Berbasis *Sustainability* Di Holland Bakery Jakarta

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Amy Damayanti

NIM : 55124110044

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 19 Februari 2026

Mengesahkan,  
Pembimbing



25 Feb 2026

(Dr. Andyan Pradipta Utama, S.E., M.M.)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak.)



(Dr. Lenny C. Nawangsari, ST, M.M.)

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan *Green Packaging* Pada Kepuasan Pelanggan Serta Implikasinya terhadap Minat Beli Ulang Berbasis *Sustainability* di Holland Bakery Jakarta”**. Tesis ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan tesis ini tidak lepas dari bimbingan bapak Dr. Andyan Pradipta Utama, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing tesis yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya tesis ini, tidak lupa juga mendapatkan bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih juga pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Lenny C. Nawangsari, M.M., selaku Ketua Program Studi S2 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu.

5. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
6. Seluruh teman-teman Manajemen S2 FEB UMB angkatan 45 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa sukses dan mewujudkan semua cita-cita dan impian kita.
7. Teristimewa, kepada keluarga kecil saya, adik-adik saya yang selalu memberikan doa tiada hentinya, dorongan inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik berupa moril
8. Teman teman dan rekan kerja saya yang memberikan support penuh dan dukungan selama perjalanan saya menyelesaikan thesis ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Sehingga penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga tesis ini dapat bermanfaat serta menambah ilmu dan pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya, akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penulisan proposal ini.

MERCU BUANA

Jakarta, 19 Februari 2026



Amy Damayanti  
55124110044

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Amy Damayanti  
NIM : 55124110044  
Program : Magister Manajemen  
Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan *Green Packaging* Pada Kepuasan Pelanggan Serta Implikasinya terhadap Minat Beli Ulang Berbasis *Sustainability* di Holland Bakery Jakarta

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberi izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana Hak Bebas Royalti *Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalti-Free Right)* atas karya ilmiah saya yang berjudul diatas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti *Non-Eksklusif* ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, merawat dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 19 Februari 2026  
Yang memberi pernyataan,



Amy Damayanti  
NIM. 55124110044

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan dalam pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang. Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan Holland Bakery di Jakarta, dengan jumlah sampel sebanyak 160 orang. Metode analisis data menggunakan *Structural Partial Least Square-Equation Model* (PLS-SEM). Hasil penelitian menemukan bahwa kualitas produk dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, namun *green packaging* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sementara itu, kualitas produk dan persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang, namun *green packaging* dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap minat beli ulang secara positif dan signifikan, namun kepuasan pelanggan tidak mampu memediasi pengaruh antara *green packaging* terhadap minat beli ulang.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Persepsi Harga, *Green Packaging*, Kepuasan Pelanggan, Minat Beli Ulang, Holland Bakery, Teori SOR.



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## ***ABSTRACT***

*This study aims to The Influences of customer satisfaction in mediating the effects of product quality and price perception on repurchase intention. The population of this research consists of Holland Bakery consumers in Jakarta, with a sample size of 160 respondents. The data analysis method used is Structural Equation Modeling-Partial Least Square (PLS-SEM).The results of the study found that product quality and price perception have a positive and significant effect on customer satisfaction; however, green packaging does not have a significant effect on customer satisfaction. Meanwhile, product quality and price perception do not have a significant direct effect on repurchase intention, but green packaging and customer satisfaction have a positive and significant effect on repurchase intention. Customer satisfaction is able to positively and significantly mediate the influence of product quality and price perception on repurchase intention. Conversely, customer satisfaction is unable to mediate the influence of green packaging on repurchase intention.*

**Keywords:** *Product Quality, Price Perception, Green Packaging, Customer Satisfaction, Repurchase Intention, Holland Bakery, SOR Theory.*



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN SIMILARITY .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	13
1.3. Rumusan Masalah.....	14
1.4. Tujuan Penelitian .....	15
1.5. Kontribusi Penelitian .....	16
1.5.1. Kontribusi Teoritis.....	16
1.5.2. Kontribusi Praktis .....	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	17
2.1. Kajian Teori .....	17
2.1.1. Sustainable Development Goals (SDGs).....	17
2.1.2. Teori <i>Triple Bottom Line</i> .....	21
2.1.3. Teori <i>Stimulus Organism Response</i> (SOR) .....	22
2.1.4. Kualitas Produk.....	23
2.1.4.1. Definisi Kualitas Produk.....	23
2.1.4.2. Indikator Kualitas Produk.....	23

2.1.5.	Persepsi Harga .....	24
2.1.5.1.	Definisi Persepsi Harga .....	24
2.1.5.2.	Indikator Persepsi Harga.....	25
2.1.6.	<i>Green Packaging</i> .....	25
2.1.6.1.	Definisi <i>Green Packaging</i> .....	25
2.1.6.2.	Indikator <i>Green Packaging</i> .....	26
2.1.7.	Kepuasan Pelanggan .....	27
2.1.7.1.	Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	27
2.1.7.2.	Indikator Kepuasan Pelanggan .....	28
2.1.8.	Minat Beli Ulang .....	28
2.1.8.1.	Definisi Minat Beli Ulang .....	28
2.1.8.2.	Indikator Minat Beli Ulang.....	29
2.2.	Studi Empiris .....	29
2.3.	Pengembangan Hipotesis .....	36
2.3.1.	Hubungan Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan.....	36
2.3.2.	Hubungan Persepsi Harga dengan Kepuasan Pelanggan.....	37
2.3.3.	Hubungan <i>Green Packaging</i> dengan Kepuasan Pelanggan.....	37
2.3.4.	Hubungan Kualitas Produk dengan Minat Beli Ulang .....	38
2.3.5.	Hubungan Persepsi Harga dengan Minat Beli Ulang .....	38
2.3.6.	Hubungan <i>Green Packaging</i> dengan Minat Beli Ulang .....	39
2.3.7.	Hubungan Kepuasan Pelanggan dengan Minat Beli Ulang.....	39
2.3.8.	Hubungan Kualitas Produk dengan Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan .....	40
2.3.9.	Hubungan Persepsi Harga dengan Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan .....	40
2.3.10.	Hubungan <i>Green Packaging</i> dengan Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan .....	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		43
3.1	Desain Penelitian .....	43
3.2	Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	43
3.2.1	Definisi Variabel .....	43

3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	45
3.3	Populasi dan Sampel.....	46
3.3.1	Populasi Penelitian .....	46
3.3.2	Sampel Penelitian .....	47
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	48
3.5	Uji Instrumen .....	48
3.6	Metode Analisis Data.....	49
3.6.1	Analisis Deskriptif.....	49
3.6.2	Metode Statistik.....	50
3.6.2.1	Analisi Outer Model .....	51
3.6.2.2	Analisis Inner Model .....	52
3.6.2.3	Uji Hipotesis .....	52
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN .....	54
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	54
4.2	Hasil Analisi Deskriptif .....	56
4.2.1	Deskripsi Responden.....	56
4.2.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
4.2.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	58
4.2.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi .....	59
4.2.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan.....	60
4.2.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	61
4.2.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	62
4.2.2	Deskripsi Variabel .....	63
4.2.2.1	Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X1).....	63
4.2.2.2	Deskripsi Variabel Persepsi Harga (X2) .....	66
4.2.2.3	Deskripsi Variabel <i>Green Packaging</i> (X3) .....	68
4.2.2.4	Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (Z).....	70
4.2.2.5	Deskripsi Variabel Minat Beli Ulang (Y).....	72
4.3	Hasil Analisis Statistik.....	73

4.3.1	Hasil Analisis <i>Outer Model</i> .....	74
4.3.1.1	Pengujian <i>Convergent Validity</i> .....	75
4.3.1.2	Pengujian <i>Construct Reliability</i> .....	78
4.3.1.3	Pengujian <i>Discriminant Validity</i> .....	79
4.3.1.4	Pengujian <i>Collinearity</i> .....	81
4.3.1.5	Hasil Uji Model Fit.....	82
4.3.2	Hasil Analisis <i>Inner Model</i> .....	83
4.3.2.1	Nilai <i>R Square</i> ( $R^2$ ).....	83
4.3.2.2	Nilai Uji <i>Effect Size</i> ( $f^2$ ).....	84
4.3.3	Hasil Uji Hipotesis .....	86
4.4	Pembahasan.....	91
4.4.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	92
4.4.2	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	93
4.4.3	Pengaruh <i>Green Packaging</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	94
4.4.4	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang .....	94
4.4.5	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang.....	95
4.4.6	Pengaruh <i>Green Packaging</i> Terhadap Minat Beli Ulang.....	96
4.4.7	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang .....	97
4.4.8	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan .....	98
4.4.9	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan .....	99
4.4.10	Pengaruh <i>Green Packaging</i> Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan .....	100
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		101
5.1	Kesimpulan .....	101
5.2	Saran dan Perbaikan.....	103
5.2.1	Saran Teoritis .....	104
5.2.2	Saran Praktis.....	104
DAFTAR PUSTAKA .....		108
LAMPIRAN.....		113

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kontributor Utama Sektor Manufaktur Nasional.....	2
Gambar 1. 2 Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman (2015-2024).....	2
Gambar 1. 3 Program Holland Bakery pada FoodCycle.....	9
Gambar 1. 4 Contoh Penggunaan Green Packaging Holland Bakery.....	10
Gambar 2. 1 Model Penelitian .....	42
Gambar 4. 1 Logo Holland Bakery .....	55
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Holland Bakery .....	56
Gambar 4. 3 Model Laten Variabel Penelitian.....	74
Gambar 4. 4 Hasil Uji Hipotesis (Bootstrapping).....	87



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Award Tahun 2024 .....	7
Tabel 1. 2 Omzet Holland Bakery Per Tahun (2019-2024) .....	7
Tabel 1. 3 Hasil Pra Survei Terkait Variabel Penelitian .....	12
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel .....	46
Tabel 3. 2 Skala Likert .....	48
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	58
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Profesi .....	59
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan.....	60
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	61
Tabel 4. 6 Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	62
Tabel 4. 7 Interpretasi Skor Variabel Penelitian .....	63
Tabel 4. 8 Analisis Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	64
Tabel 4. 9 Analisis Deskripsi Variabel Persepsi Harga .....	66
Tabel 4. 10 Analisis Deskripsi Variabel Green Packaging .....	68
Tabel 4. 11 Analisis Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan .....	70
Tabel 4. 12 Analisis Deskripsi Variabel Minat Beli Ulang .....	72
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> .....	75
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> - Modifikasi.....	77
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian AVE ( <i>Average Variance Extracted</i> ).....	78
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian <i>Reliability</i> .....	78
Tabel 4. 17 Hasil <i>Cross Loading Uji Discriminant Validity</i> .....	80
Tabel 4. 18 <i>Fornell Lacker Uji Discriminant Validity</i> .....	81
Tabel 4. 19 Hasil <i>Collinearity Statistic</i> .....	82
Tabel 4. 20 Hasil Uji Model Fit .....	83
Tabel 4. 21 Hasil Nilai <i>R Square (R<sup>2</sup>)</i> .....	83
Tabel 4. 22 Hasil Uji <i>Effect Size (f<sup>2</sup>)</i> .....	85
Tabel 4. 23 Hasil Uji Hipotesis Secara Langsung .....	88
Tabel 4. 24 Hasil Uji Hipotesis Secara Tidak Langsung .....	89

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Item Kuesioner .....	113
Lampiran 2 Tabulasi Data .....	117
Lampiran 3 Hasil Smart PLS .....	124

