

**PENGARUH *GREEN MARKETING*, *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*, DAN KUALITAS PRODUK PERTAMAX
PERTAMINA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(Studi pada SPBU Slipi)**

SKRIPSI



Nama : Adistia Zahrah

NIM : 43122010005

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2026

**PENGARUH *GREEN MARKETING*, *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*, DAN KUALITAS PRODUK PERTAMAX
PERTAMINA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(Studi pada SPBU Slipi)**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Mercu Buana Jakarta



Nama : Adistia Zahrah

NIM : 43122010005

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2026

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Adistia Zahrah

NIM : 43122010005

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya cantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 27 Februari 2026



Adistia Zahrah

43122010005

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	--	---

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

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : ADISTIA ZAHRAH
NIM : 43122010005
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH GREEN MARKETING, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, DAN KUALITAS PRODUK PERTAMAX PERTAMINA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi pada SPBU Slipi)
Hasil Pengecekan Turnitin : 19%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **19%** 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, 26 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/26/0000000945/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Adistia Zahrah
NIM : 43122010005
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Green Marketing, Corporate Social Responsibility, dan Kualitas Produk Pertamina terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada SPBU Slipi)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 27 Februari 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

Pembimbing

Dr. Syafrizal Chan, S.E., M.Si
NIDN/NUPTK: 1013096201

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA
NIDN/NUPTK: 0307036901



Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-03266141



Scan QR or [click here](#) to
Verification

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh *Green Marketing, Corporate Social Responsibility, dan Kualitas Produk Pertamina Terhadap Kepuasan Pelanggan*”**. Skripsi ini disusun sebagai bagian dari syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Syafrizal Chan, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Andi Andriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D, selaku Kepala Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Syafrizal Chan, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Para dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis 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. Aamiin.
6. Teristimewa, kedua orang tua tercinta yang paling berjasa dalam hidup saya telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada seorang yang tak kalah penting kehadirannya, Athallah Cahya Putra Fernando, yang selalu mendampingi dan memberikan dukungan sejak sebelum saya memasuki dunia perkuliahan hingga detik ini. Terima kasih atas dukungan, semangat serta telah menjadi tempat berkeluh kesah, selalu ada dalam suka maupun duka selama proses penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh teman-teman Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMB angkatan 2022 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan lingkup keilmuan, pengetahuan, serta pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran, masukan serta kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, semoga skripsi ini

dapat bermanfaat dan menambah wawasan untuk penulis maupun pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila terdapat kekurangan dan kesalahan dalam penulisan skripsi ini.

Jakarta, 27 Mei 2025



Adistia Zahrah
NIM 43122010005



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama : Adistia Zahrah
NIM : 43122010005
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Green Marketing*, *Corporate Social Responsibility*, dan Kualitas Produk Pertamina Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada SPBU Slipi)

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

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 27 Februari 2026

Yang menyatakan,



(Adistia Zahrah)

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	0
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASITUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	23
C. Tujuan Penelitian	23
D. Kontribusi Penelitian	23
BAB II	25
KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	25
A. Kajian Pustaka	25
1. Manajemen Pemasaran	25
2. <i>Green Marketing</i>	26
a. Pengertian <i>Green Marketing</i>	26
b. Alat-alat <i>Green Marketing</i>	29
c. Indikator <i>Green Marketing</i>	30
3. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	30
a. Pengertian <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	31
b. Prinsip-prinsip <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	32
c. Indikator <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	33
	viii

4. Kualitas Produk	34
a. Pengertian Kualitas Produk	34
b. Manfaat Kualitas Produk	36
c. Indikator Kualitas Produk	37
5. Kepuasan Pelanggan	37
a. Pengertian Kepuasan Pelanggan	37
b. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kepuasan Pelanggan	38
c. Indikator Kepuasan Pelanggan	39
B. Penelitian Terdahulu	41
C. Pengembangan Hipotesis	49
1. Hubungan antara <i>Green Marketing</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	49
2. Hubungan antara <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	50
3. Hubungan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	51
D. Kerangka Konseptual	52
BAB III	54
METODE PENELITIAN	54
A. Waktu dan Tempat Penelitian	54
B. Desain Penelitian	54
C. Definisi Operasionalisasi Variabel	55
1. Definisi Variabel	55
a. Variabel Bebas (<i>independent variable</i>)	55
b. Variabel terikat (<i>dependent variable</i>)	56
2. Definisi Operasional Variabel	57
D. Skala Pengukuran Variabel	59
E. Populasi dan Sampel Penelitian	60
1. Populasi Penelitian	60
2. Sampel Penelitian	61
F. Metode Pengumpulan Data	62
G. Metode Analisis Data	63
1. Analisis Deskriptif	63

a. Deskripsi Responden	63
b. Deskripsi Variabel	64
2. Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS)	64
a. Pengertian <i>Partial Least Square</i> (PLS)	64
3. Langkah-langkah Pengujian PLS	65
BAB IV	72
HASIL DAN PEMBAHASAN	72
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	72
1. Obyek Penelitian	72
2. Subjek Penelitian	72
B. Hasil Analisis Deskriptif	73
1. Deskripsi Responden	73
a. Karakteristik Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin.	73
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.	74
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	75
d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	76
e. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	77
2. Deskripsi Variabel Penelitian	77
a. Deskripsi Variabel <i>Green Marketing</i>	78
b. Deskripsi Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i>	79
3. Deskripsi Variabel Kualitas Produk	80
4. Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan	81
C. Hasil Analisis Data PLS (<i>Partial Least Square</i>)	82
1. Analisis Pengukuran (<i>Outer Loading</i>)	83
a. <i>Reliability</i>	84
b. <i>Validity</i>	85
c. <i>Collinearity</i>	87
d. Model Fit	88
e. R Square (R^2)	89
f. F Square (f^2)	89
g. Q Square (Q^2)	90

h. Path Coefficients	90
D. Pembahasan dan Hasil Penelitian	92
1. Pengaruh <i>Green Marketing</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	92
2. Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	92
3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	93
BAB V	95
KESIMPULAN DAN SARAN	95
A. Kesimpulan	95
B. Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	106



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Pra Survei Penelitian	20
Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu	41
Tabel 3. 1. Tabel Operasionalisasi Variabel	58
Tabel 3. 2. Pengukuran Skala Likert	60
Tabel 4. 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
Tabel 4. 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	74
Tabel 4. 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	75
Tabel 4. 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	76
Tabel 4. 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	77
Tabel 4. 6. Statistik Deskriptif Green Marketing	78
Tabel 4. 7. Statistik Deskriptif Corporate Social Responsibility	79
Tabel 4. 8. Statistik Deskriptif Kualitas Produk	80
Tabel 4. 9. Statistik Deskriptif Kepuasan Pelanggan	81
Tabel 4. 10. Hasil Uji Outer Loadings	83
Tabel 4. 11. Uji Reliabilitas Berdasarkan Composite Reliability	85
Tabel 4. 12. Average Variance Extracted (AVE)	86
Tabel 4. 13. Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell Lacker Criterium)	87
Tabel 4. 14. Hasil Uji Collinearity (VIF)	88
Tabel 4. 15. Hasil Uji Kecocokan Model (Fit Model)	88
Tabel 4. 16. Hasil Uji R Square	89
Tabel 4. 17. Hasil Uji (F Square)	89
Tabel 4. 18. Hasil Uji Q-square	90
Tabel 4. 19. Hasil Uji Path Coefficients	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Konsumsi BBM di Indonesia Indonesia dari Tahun ke Tahun	2
Gambar 1.2. Jumlah Penduduk di DKI Jakarta	7
Gambar 2. 1. Jumlah Penduduk di DKI Jakarta	8
Gambar 2. 2. Kerangka Konseptual Penelitian	52
Gambar 4. 1. Hasil Uji Outer Loadings	84



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	106
Lampiran 2. Hasil Kuesioner	111
Lampiran 3. Hasil Pengolahan Data	127
Lampiran 4. Hasil Output SEM-PLS 4.1	131

