

**PENGARUH *GREEN BRAND IMAGE* DAN *GREEN SATISFACTION* TERHADAP *GREEN TRUST* SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* AIR MINUM DALAM KEMASAN GALON MEREK AQUA
(Studi Kasus Pada Konsumen AMDK Galon Merk AQUA di Wilayah Serpong Utara)**

SKRIPSI



Nama : Marliyah Wiriyanti

NIM : 43112010230

**Program Studi S1 Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2016**

PENGARUH *GREEN BRAND IMAGE* DAN *GREEN SATISFACTION* TERHADAP *GREEN TRUST* SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* AIR MINUM DALAM KEMASAN GALON MEREK AQUA
(Studi Kasus Pada Konsumen AMDK Galon Merk AQUA di Wilayah Serpong Utara)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta



Nama : Marliyah Wiriyanti

NIM : 43112010230

**Program Studi S1 Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2016**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Marliyah Wiriyanti

NIM : 43112010230

Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 1 Februari 2016



Marliyah Wiriyanti

NIM : 43112010230

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Marliyah Wiriyanti
NIM : 43112010230
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Green Brand Image* Dan *Green Satisfaction*
Terhadap *Green Trust* Serta Implikasinya Terhadap
Customer Loyalty (Studi Kasus Pada Konsumen AMDK
Galon Merk AQUA di Wilayah Serpong Utara)
Tanggal Lulus Ujian : 28 Januari 2016

Disusun Oleh :

Pembimbing,

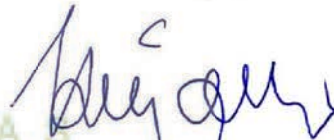


Dr. Rina Astini., MM

Tanggal:

6/2 2016

Ketua Penguji



Privono, SE., MM

Tanggal:

3/2 2016

Dekan Fakultas

Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA.

Tanggal :

6/2 2016

Ketua Program Studi

S1 Manajemen



Dr. Rina Astini., MM

Tanggal:

6/2 2016

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang MAha Esa yang telah memberikan pemberkatan dan rahmat-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Green Brand Image terhadap Green Satisfaction dan Green Trust Serta Implikasinya Terhadap Customer Loyalty Pada Produk AMDK Galon Merek AQUA”**. Skripsi ini disusun untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada segenap pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Untaian terima kasih yang dalam penulis tunjukkan kepada :

1. Dr. Rina Astini.,MM selaku Dosen Pembimbing dan Ketua Program Studi Manajemen S1, terima kasih atas segala pengorbanan waktu, tenaga, nasehat yang telah ibu berikan kepada saya. Saya sangat bangga dan beruntung punya pembimbing seperti ibu.
2. Mama dan Papa tersayang, yang selalu dan tidak akan tergantikan dalam menyertakan doa, cinta dan kasih sayangnya.
3. Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Nur Endah Retno Wuryandari, S.Sos., MM, selaku motivator dan inspirator yang selalu memberikan pelajaran terbaik.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Wisnu Aldi Nugroho, selaku kaka yang senantiasa memberikan kasih sayang, dukungan, serta selalu sabar dalam mendampingi saya dalam keadaan apapun itu.
7. Ita, Ari, Yuli, dan seluruh keluarga besar, terimakasih banyak atas perhatian dan dukungan yang telah dan selalu kalian berikan.

8. Ninda, Nita, Mita, Putri, Kiki, yang selalu ada, mendukung, membantu serta berkontribusi dalam situasi apapun. Terimakasih banyak atas semuanya.
9. Dila, Anggi, Ayu, Rifa, Siti, Sifah, Saleh, Lukman dan Arfian, yang selalu menemani dan memberikan dukungan tanpa batas mulai dari awal semester sampai dengan saat ini, sukses selalu ya. Amin
10. Widia, Winda, Saleh, Iskandar, Agnes, Mentari, Silfi, Fitri, Lia, dan Agfa, terimakasih atas bantuan, dorongan serta kekompakannya sebagai teman satu bimbingan.
11. Teman-teman Manajemen S1 FEB-UMB angkatan 2012 yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Semoga impian kita terwujud, Amin.
12. Para responden serta pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah meluangkan waktunya demi kelancaran penelitian ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih kurang sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 1 Februari 2016

Marliyah Wiriyanti

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian	8

BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMINIRAN DAN HIPOTESIS

A. KajianPustaka	10
1. Pengertian <i>Green Marketing</i>	10
2. Pengertian <i>Green Marketing Tools</i>	15
3. Pengertian <i>Green Consumer Behavior</i>	15
4. <i>Green Brand Image</i>	19
a. Definisi <i>Green Brand Image</i>	19
b. Indikator <i>Green Brand Image</i>	20
5. <i>Green Satisfaction</i>	20
a. Definisi <i>Green Satisfaction</i>	20
b. Dimensi <i>Green Satisfaction</i>	23
c. Indikator <i>Green Satisfaction</i>	24
6. <i>Green Trust</i>	24
a. Definisi <i>Green Trust</i>	24

b. Dimensi <i>Green Trust</i>	27
c. Indikator <i>Green Trust</i>	28
7. <i>Customer Loyalty</i>	28
a. Definisi <i>Customer Loyalty</i>	28
b. Dimensi <i>Customer Loyalty</i>	31
c. Indikator <i>Customer Loyalty</i>	32
d. Karakteristik <i>Customer Loyalty</i>	32
8. Penelitian terdahulu	33
9. Hubungan Antara Variabel	35
B. Rerangka Pemikiran	39
C. Hipotesis	41

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan tempat penelitian	42
B. Desain penelitian.....	42
C. Definisi dan operasionalisasi variabel.....	43
1. Variabel	43
2. Definisi Operasional Variabel	45
3. Skala Pengukuran.....	47
D. Populasi dan Sampel Pengukuran	48
1. Populasi.....	48
2. Sampel.....	49
E. Teknik pengumpulan data	50
1. Kuesioner (angket).....	50
2. Wawancara	50
3. Studi Pustaka	51
F. Jenis Data.....	51
G. Metode Analisis Data	52
1. Uji Validitas	52
2. Uji Reabilitas	52
H. Metode Statistik	54

I. Tahap-tahap dalam model SEM	54
--------------------------------------	----

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	63
B. Statistik Deskriptif	66
1. Deskriptif Responden Berdasarkan Alamat	67
2. Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
3. Deskriptif Responden Berdasarkan Usia	68
4. Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
5. Deskriptif Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	70
6. Deskriptif Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	71
C. Uji Asumsi dan Kualitas Instrumen Penelitian	72
1. Hasil Uji Validitas dan reabilitas Variabel	72
a. Variabel <i>Green Brand Image</i>	73
b. Variabel <i>Green Satisfaction</i>	77
c. Variabel <i>Green Trust</i>	81
d. Variabel <i>Green Customer Loyalty</i>	85
2. Uji Kecocokan Model Pengukuran	89
3. Uji Kecocokan Model Struktural	91
D. Pengujian Hipotesis	93
E. Pembahasan	95

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

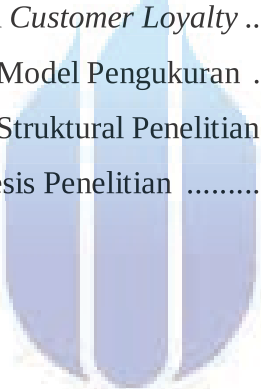
A. Simpulan	99
B. Saran	101
1. Bagi Perusahaan	101
2. Bagi Peneliti Selanjutnya	101

DAFTAR PUSTAKA	102
----------------------	-----

LAMPIRAN	106
----------------	-----

DAFTAR TABEL

NO.	Keterangan	Halaman
2.1	Penelitian Terdahulu	33
3.1	Definisi Operasional Variabel	45
3.2	Tabel Instrumen Variabel	48
3.3	<i>Goodness Of Fit Index</i>	59
4.1	Uji Validitas Variabel <i>Green Brand Image</i>	73
4.2	Uji Validitas Variabel <i>Green Satisfaction</i>	77
4.3	Uji Validitas Variabel <i>Green Trust</i>	81
4.4	Uji Validitas Variabel <i>Customer Loyalty</i>	85
4.5	Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran	91
4.6	Hasil Uji Kecocokan Struktural Penelitian	93
4.7	Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	94


 UNIVERSITAS
 MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

NO.	Keterangan	Halaman
1.1	Volume Penjualan AMDK (Miliar Liter)	5
1.2	Tingkat Loyalitas Konsumen AMDK Galon AQUA	7
2.1	Perbedaan <i>Traditional Marketing</i> dengan <i>Green Marketing</i>	13
2.2	Rerangka Pemikiran	41
4.1	Alamat Responden	68
4.2	Jenis Kelamin Responden	69
4.3	Usia Responden.....	70
4.4	Pekerjaan Responden	71
4.5	Pendidikan Terakhir Responden	72
4.6	Penghasilan perbulan Responden.....	73
4.7	Model Pengukuran Variabel <i>Green Brand Image</i>	74
4.8	Model Pengukuran Variabel <i>Green Satisfaction</i>	78
4.9	Model Pengukuran Variabel <i>Green Trust</i>	82
5.0	Model Pengukuran Variabel <i>Customer Loyalty</i>	86
5.1	Model Pengukuran Keseluruhan Variabel Penelitian	90
5.2	Uji Model Struktural	92

DAFTAR LAMPIRAN

	Keterangan	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	110
Lampiran 2	Uji <i>Pre-Test</i>	107
Lampiran 3	Hasil Uji <i>Pre-Test</i>	116
Lampiran 4	Hasil Kuesioner Penelitian	117
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Green Brand Image</i>	122
Lampiran 6	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Green Brand Image</i> setelah Dimodifikasi.....	123
Lampiran 7	Hasil <i>Goodness Of Fit</i> Model Pengukuran.....	124
Lampiran 8	Hasil <i>Goodness Of Fit</i> Struktural Model Penelitian	127

