

# **PENGARUH *GREEN MAKETING* TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN**

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



**Nama : Diniyatul Kholifah**

**Nim : 43116010340**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2020**

## **SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Diniyatul Kholifah

NIM : 43116010340

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 yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplak).

Demikian pernyataan ini, saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 2020



**Diniyatul Kholifah**

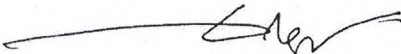
**Nim: 43116010340**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Diniyatul Kholifah  
Nim 43116010340  
Program Studi : Manajemen S1  
Judul Skripsi : Pengaruh *Green Marketing* Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan  
Tanggal Lulus Ujian : 7 Oktober 2020

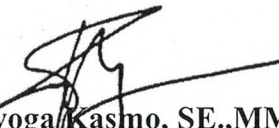
Disahkan Oleh:

Dosen Pembimbing,

  
**Onggo Pramudito, ST., MM.**

Tanggal: 17/10/2020


Ketua Penguji,

  
**Arief Bowo Prayoga/Kasno, SE., MM., Ph.D.**

Tanggal: 16/10/2020

Dekan Fakultas

Ekonomi dan Bisnis,

  
**Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA.,**

Tanggal: 5/10/2020

Ketua Program Studi

Manajemen S1,

  
**Dr. Daru Asih, M.Si**

Tanggal: 5/10/2020

## **ABSTRACT**

*This research aims to analyse the influence of Green marketing towards customer satisfaction and loyalty. The research object is the consumer coffee Shop at the University of Mercu Buana. The specified number of samples is 100 respondents by using the calculation formula of the number of indicators multiplied by 5. Method of collecting data using survey method, with research instrument is questionnaire. Data analysis methods use Partial Least Square (PLS). Conclusion of the research that Green marketing has a positive and significant impact on satisfaction, Green marketing is positively and significantly influential towards loyalty, customer satisfaction is positively and significantly influential towards loyalty and Green marketing affects positively and significantly against customer loyalty mediated by the satisfaction variables.*

*Keywords: Customer Loyalty, Green Marketing, Customer Satisfaction*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *green marketing* terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Objek penelitian ini adalah konsumen *coffee shop* di universitas mercu buana. jumlah sampel yang ditentukan adalah 100 responden dengan menggunakan rumus perhitungan jumlah indicator dikalikan dengan 5. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrumen penelitian adalah kuesioner. Metode analisis data menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Penelitian membuktikan bahwa *green marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, *green marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan *green marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi oleh variabel kepuasan.

Kata kunci: Loyalitas pelanggan, *Green Marketing*, Kepuasan Pelanggan.

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatu

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Green Marketing* terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak khususnya Bapak Onggo Pramudito., ST.MM. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. 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. Ngadino Surip selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS.,CMA., CSRS., CIBA.,CBV selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

3. Dr. Daru Asih, M.Si selaku Ketua Program Studi Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
5. Kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberi semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Terima kasih kepada teman - teman yang selalu menemani, membantu, memberikan support, motivasi, selalu setia mendengarkan keluh kesah selama ini dan memberikan doanya dalam proses penyelesaian kuliah dan penulisan skripsi ini.
7. Kepada sahabat-sahabat (EMAK FAMILY) yang telah memberikan semangat, doa, dan dukungan moral yang tiada henti-hentinya kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, saran dan kritik sangat penulis harapkan.

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca, khususnya mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatu

Jakarta, 12 Oktober 2020

Penulis,

Diniyatul Kholifah



## DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBARAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
ABSTRACT.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Kontribusi Penelitian.....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b>	
A. KAJIAN PUSTAKA.....	10
1. Pengertian Pariwisata .....	10
2. Loyalitas Pelanggan. ....	14
3. Kepuasan Pelanggan. ....	17
4. <i>Green Marketing</i> .....	21
B. Penelitian Terdahulu .....	19
C. Hubungan Antara Variabel .....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	24
B. Desain Penelitian.....	24
C. Definisi dan Oprasional Variabel.....	24
D. Pengukuran Variabel.....	28
E. Populasi dan Sempel .....	29
F. Teknik Pengumpulan Data.....	30
G. Metode Analisis .....	30
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Perusahaan .....	34
B. Analisis Deskriptif .....	35
1. Karakteristik Responden.....	35
2. Deskriptif Jawaban Responden.....	38
C. Metode Analisis Data	
1. Evaluasi <i>Measurement (Outer Model)</i> .....	41
a. <i>Convergent Validity</i> .....	41
b. <i>Discriminant Validity</i> .....	45
c. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	47

d. <i>Composite Reliability</i> Dan <i>Cronbach's Alpha</i> .....	48
2. Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis.....	49
a. Nilai <i>R Square</i> .....	49
b. <i>Goodness Of Fit Model</i> .....	49
c. Hasil Pengujian Hipotesis.....	50
D. Pembahasan	
1. Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	52
2. Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap Loyalitas Pelanggan .....	52
3. Pengaruh Kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan .	53
4. Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi variabel kepuasan pelanggan.....	54
<b>BAB V    SIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan.....	55
B. Saran.....	56
1. Bagi Perusahaan .....	56
2. Bagi Peneliti Selanjutnya .....	56
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>58</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>60</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra Survey .....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	19
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....	26
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert.....	28
Tabel 4.1 Karakteristik berdasarkan jenis kelamin .....	35
Tabel 4.2 Karakteristik berdasarkan usia .....	36
Tabel 4.3 Karakteristik berdasarkan pendidikan terakhir. ....	37
Tabel 4.4 Karakteristik berdasarkan pengeluaran dalam satu bulan.....	37
Tabel 4.5 Deskripsi jawaban responden <i>Green Marketing</i> .....	38
Tabel 4.6 Deskripsi jawaban responden Kepuasan Pelanggan.....	39
Tabel 4.7 Deskripsi jawaban responden Loyalitas Pelanggan.....	40
Tabel 4.8 Hasil pengujian <i>convergent validity</i> .....	42
Tabel 4.9 Hasil pengujian <i>convergent validity</i> (Modifikasi) .....	44
Tabel 4.10 Uji <i>Discrimant Validity (Fornell Larcker)</i> .....	46
Tabel 4.11 Uji <i>Discrimant Validity (Fornell Larcker)</i> (Modifikasi) .....	46
Tabel 4.12 Hasil pengujian <i>Average Variance Exctracted</i> .....	46
Tabel 4.13 Hasil pengujian <i>Composite Realibilty</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> .....	47
Tabel 4.14 Nilai <i>R Square</i> Variabel Endogen.....	48
Tabel 4.15 Hasil pengujian hipotesis .....	51
Tabel 4.16 Hasil pengujian hipotesis mediasi.....	51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Gerakan Stop sedotan pelastik .....	3
Gambar 1. 2 Data pengguna sedotan pelastik. . . . .	4
Gambar 2. 1 Rerangka konseptual .....	22
Gambar 4. 1 Hasil <i>Algorithm</i> PLS .....	43
Gambar 4. 2 Hasil <i>Algorithm</i> PLS (Modifikasi) .....	45
Gambar 4. 3 Hasil Uji <i>Bootstrapping</i> .....	51

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner .....	60
Lampiran 2	Hasil Karakteristik Responden.....	64
Lampiran 3	Deskriptif Jawaban Responden.....	65
Lampiran 4	Hasil Pengujian <i>Measurement (Outer Model)</i> .....	67
Lampiran 5	Hasil Pengujian Hipotesis .....	70