

**PENGARUH *GREEN BRAND IMAGE*, *PACKAGING*, DAN  
*STORE ATMOSPHERE* TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN PRODUK THE BODY SHOP**

**SKRIPSI**



**Nama : Subekti Lidia Astuti**  
**NIM : 43119120215**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2022**

**PENGARUH *GREEN BRAND IMAGE*, *PACKAGING*, DAN  
*STORE ATMOSPHERE* TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN PRODUK THE BODY SHOP**

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



**Nama : Subekti Lidia Astuti  
NIM : 43119120215**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2022**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Subekti Lidia Astuti

NIM : 43119120215

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 (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 03 November 2022



Subekti Lidia Astuti

43119120215

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Subekti Lidia Astuti  
NIM : 43119120215  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Green Brand Image, Packaging dan Store Atmosphere terhadap Loyalitas Pelanggan Produk The Body Shop  
Tanggal Sidang : 3 November 2022

Disahkan Oleh:

Pembimbing,



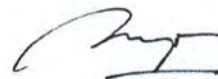
Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Dekan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 11221846



Please Scan QRCode to Verify

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Green Brand Image, Packaging* dan *Store Atmosphere* Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk The Body Shop”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, dalam penelitian ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya kepada Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, pengetahuan, nasihat-nasihat yang bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Pada kesempatan ini, penulis ingin berterimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi, terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, M.M., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Febrina Mahliza, SE, M.Si., dan Bapak Hamdan, SE, M.M., selaku Dosen Penguji yang telah memberikan saran dan masukan pada skripsi ini.

5. Seluruh dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya kepada kami.
6. 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.
7. Teristimewa, kepada orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
8. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB Universitas Mercu Buana angkatan 2020 yang tidak bisa disebutkan satu persatu, pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan, khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis meminta maaf apabila terdapat kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini.

Jakarta, 03 November 2022

Subekti Lidia Astuti

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>ABSTRACT</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian .....	14
C. Tujuan Penelitian.....	14
D. Kontribusi Penelitian.....	15
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	16
A. Kajian Pustaka.....	16
1. Perilaku Konsumen.....	16
2. <i>Green Marketing</i> .....	18
3. Loyalitas Pelanggan .....	20
4. <i>Green Brand Image</i> .....	22
5. Kemasan ( <i>Packaging</i> ).....	23
6. <i>Store Atmosphere</i> .....	25
B. Penelitian Terdahulu.....	28
C. Rerangka Konseptual dan Pengembangan Hipotesis .....	37
1. Pengembangan Hipotesis Hubungan antar Variabel.....	37
2. Rerangka Konseptual .....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	41
A. Waktu Dan Tempat Penelitian .....	41

B. Desain Penelitian.....	41
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....	42
1. Definisi Variabel.....	42
2. Operasionalisasi Variabel .....	43
D. Skala Pengukuran Variabel .....	45
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	45
1. Populasi Penelitian.....	45
2. Sampel Penelitian.....	46
F. Metode Pengumpulan Data.....	47
G. Metode Analisis Data.....	48
1. Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	48
2. Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	51
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>53</b>
A. Analisis Deskriptif .....	53
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	53
2. Analisis Statistik Deskripsi.....	57
a. Deskripsi Responden.....	57
b. Deskriptif Variabel.....	60
1). Deskriptif Variabel <i>Green Brand Image</i> .....	60
2). Deskriptif Variabel <i>Packaging</i> .....	61
3). Deskriptif Variabel <i>Store Atmosphere</i> .....	62
4). Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan.....	63
B. Hasil Uji Kualitas Data.....	64
1. Evaluasi <i>Measurement (Outer Model)</i> .....	64
2. Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	71
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>79</b>
A. Simpulan .....	79
B. Saran.....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>82</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>88</b>



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.1	Data Kenaikan Pasar Kosmetik.....	4
1.2	Rating Kosmetik dalam Top Brand Index .....	9
1.3	Hasil Kuesioner Pra Survey Penelitian .....	12
2.1	Penelitian Terdahulu .....	29
3.1	Operasionalisasi Variabel .....	44
3.5	Skala Likert .....	45
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	58
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	59
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Setiap Bulan.....	60
4.6	Deskriptif Variabel <i>Green Brand Image</i> .....	60
4.7	Deskriptif Variabel <i>Packaging</i> .....	61
4.8	Deskriptif Variabel <i>Store Atmosphere</i> .....	62
4.9	Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan .....	63
4.10	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> .....	64
4.11	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi).....	66
4.12	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i> .....	67
4.13	Hasil Pengujian <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	68
4.14	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> .....	69
4.15	Hasil Pengujian <i>Cronbac'h Alpha</i> .....	70
4.16	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Fornell Lareker Criterion)</i> .....	71
4.17	Hasil Pengujian Nilai R-Square .....	72
4.18	Hasil Pengujian <i>Q2 Predictive Relevance</i> .....	73
4.19	Hasil Pengujian Hipotesis .....	74

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1. 1	Grafik Sampah Per Tahun (dalam bentuk satuan ton) .....	2
1. 2	Faktor Pertimbangan Pemilihan Kosmetik .....	5
2. 1	Rerangka Pemikiran.....	40
4. 1	Logo The Body Shop .....	55
4. 2	Hasil Algoritma PLS.....	65
4. 3	Hasil Algoritma PLS (Modifikasi).....	66
4. 4	Grafik Pengujian <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	68
4. 5	Grafik Pengujian <i>Composite Reliability</i> .....	69
4. 6	Grafik Pengujian <i>Cronbach's Alpha</i> .....	70
4. 7	Nilai R Square Variabel Endogen.....	72
4. 8	Output Analisis <i>Blindfolding Predictive Relevance</i> .....	73
4. 9	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i> .....	75

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner .....	88
2	Hasil Kuesioner .....	91
3	Karakteristik Responden .....	104
4	Output PLS .....	106
5	Chart .....	111

