

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *WORD OF MOUTH*, *GREEN BRAND IMAGE*, TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG  
PRODUK THE BODY SHOP**



Disusun oleh:

Nama : Taufiqurrahman

NIM : 43118010408

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

**2022**

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY WORD OF MOUTH GREEN BRAND*  
*IMAGE* TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG 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 : Taufiqurrahman**

**NIM : 43118010408**

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

**2022**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA : Taufiqqurrahman  
NIM : 43118010408  
Universitas : Mercu Buana  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program studi : 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.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Bekasi, 3 November 2022



Taufiqqurrahman

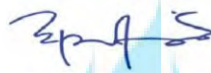
43118010408

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : Taufiqurrahman  
NIM : 43118010408  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Product Quality Word of Mouth Green Brand Image terhadap Minat Pembelian Ulang Produk The Body Shop  
Tanggal Sidang : 3 November 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

LPTA 11221866



Please Scan QRCode to Verify

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan karunia serta ridanya kepada peneliti sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini yang berjudul: “Pengaruh *Product Quality*, *Word of Mouth*, *Green Brand Image* terhadap Minat Pembelian ulang Produk THE BODY SHOP”.

Penulisan skripsi ini disusun untuk melengkapi tugas akhir dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi pada fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta. Tidak dapat disangkal bahwa butuh usaha yang keras dalam penyelesaian pengerjaan skripsi ini. Namun, karya ini tidak akan selesai tanpa orang-orang tercinta di sekeliling saya yang mendukung dan membantu serta memberi kritik saran dalam pengerjaan skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah sabar membimbing, mengarahkan, memberikan semangat dan saran-saran serta motivasi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Dalam proses penyelesaian Proposal ini tentunya tidak lepas dari peranan dan bantuan berharga dari beberapa pihak. Pada peneliti ingin menyampaikan dan dengan segala kerendahan hati peneliti juga dengan rasa hormat dan ungkapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Andi Andriansyah, 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, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Daru Asih, M. Si, selaku dosen metodologi penelitian.
5. Bapak Hamdan SE, MM dan ibu Febriana Mahaliza SE, M. Si selaku Dosen Penguji yang telah memberikan saran dan masukan pada skripsi ini.
6. Seluruh dosen program studi S1 Manajemen, Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan ilmu-ilmu serta pengetahuan mengenai Manajemen.
7. Kepada orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan motivasi serta material kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
8. Dan seluruh teman-teman angkatan 2018 Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.

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 bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Bekasi, 3 November 2022

Taufiqurrahman

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah</b> .....	<b>18</b>
<b>C. Tujuan Penelitian</b> .....	<b>19</b>
<b>D. Kontribusi Penelitian</b> .....	<b>19</b>
<b>BAB II</b> .....	<b>20</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>20</b>
<b>A. Kajian Pustaka</b> .....	<b>20</b>
<b>1. Perilaku Konsumen</b> .....	<b>20</b>
<b>a) Pengertian Perilaku Konsumen</b> .....	<b>20</b>
<b>b) Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen</b> .....	<b>20</b>
<b>2. Minat Pembelian Ulang</b> .....	<b>21</b>
<b>a) Pengertian Minat Pembelian Ulang</b> .....	<b>21</b>
<b>b) Dimensi dan Indikator Minat Pembelian Ulang</b> .....	<b>22</b>

3.	<i>Product Quality</i> .....	25
a)	Pengertian <i>Product Quality</i> .....	25
b)	Dimensi dan Indikator <i>Product Quality</i> .....	25
4.	<i>Word of Mouth (WOM)</i> .....	27
a)	Pengertian <i>Word of Mouth</i> .....	27
b)	Dimensi dan Indikator <i>Word of Mouth</i> .....	28
5.	<i>Green brand image</i> .....	29
a)	Pengertian <i>Green brand image</i> .....	29
b)	Dimensi dan Indikator <i>Brand Image</i> .....	29
B.	Penelitian Terdahulu.....	30
C.	Pengembangan Hipotesis .....	34
D.	Kerangka Konseptual.....	36
BAB III	.....	37
METODE PENELITIAN	.....	37
A.	Waktu dan Tempat Penelitian .....	37
B.	Desain Penelitian .....	37
C.	Definisi dan Operasional Variabel .....	38
1.	Definisi Variabel .....	38
2.	Operasional Variabel .....	39
D.	Skala Pengukuran .....	42
D.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	43
E.	Metode Pengumpulan Data.....	44
F.	Metode Analisis Data .....	45
1.	Statistik Deskriptif.....	45
2.	Uji Kualitas Data .....	46



3. Uji Asumsi Klasik .....	48
4. Analisis Data .....	50
5. Uji Hipotesis .....	51
<b>BAB IV .....</b>	<b>54</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>54</b>
<b>A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....</b>	<b>54</b>
<b>B. Analisis Statistik Deskriptif .....</b>	<b>55</b>
<b>C. Hasil Analisis Karakteristik Jawaban Responden .....</b>	<b>59</b>
<b>D. Hasil Uji Instrumen Penelitian.....</b>	<b>62</b>
1. Hasil Uji Validitas.....	62
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	65
<b>E. Hasil Analisis Data.....</b>	<b>66</b>
1. Hasil persamaan Regresi Linier Berganda.....	66
4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	71
3. Uji Pengaruh Simultan (Uji F).....	72
4. Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	73
<b>BAB V.....</b>	<b>78</b>
<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>78</b>
<b>A. SIMPULAN.....</b>	<b>78</b>
<b>B. SARAN .....</b>	<b>79</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>80</b>
<b>I. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER .....</b>	<b>88</b>
<b>II. IDENTIFIKASI RESPONDEN .....</b>	<b>88</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1. 1</b> Jumlah Produk Ramah Lingkungan Yang Teregister .....	8
<b>Tabel 1. 2</b> Rating Kosmetik dalam Top Brand Index 2020 & 2021 .....	13
<b>Tabel 1. 3</b> Pra Survey .....	15
<b>Tabel 2. 1</b> PenelitianTerdahulu.....	30
<b>Tabel 3. 1</b> Operasionalisasi Variabel.....	40
<b>Tabel 3. 2</b> Instrumen Skala Likert .....	43
<b>Tabel 3. 3</b> Tingkat Reliabilitas .....	48
<b>Tabel 4. 1</b> Statistik Deskriptif Sampel Berdasarkan Jenis Kelamin .....	55
<b>Tabel 4. 2</b> Statistik Deskriptif Sampel Berdasarkan Usia .....	56
<b>Tabel 4. 3</b> Statistik Deskriptif Sampel Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	57
<b>Tabel 4. 4</b> Statistik Deskriptif Sampel Berdasarkan Pengeluaran Dalam Sebulan.....	58
<b>Tabel 4. 5</b> Statistik Deskriptif Sampel Berdasarkan Pekerjaan .....	59
<b>Tabel 4. 6</b> Uji Deskriptif Variabel Minat Pembelian Ulang.....	60
<b>Tabel 4. 7</b> Uji Deskriptif Variabel Product Quality.....	60
<b>Tabel 4. 8</b> Hasil Uji Deskriptif Variabel Word of Mouth .....	61
<b>Tabel 4. 9</b> Hasil Uji Deskriptif Variabel Green Brand Image .....	61
<b>Tabel 4. 10</b> Hasil Uji Validitas Product Quality (X1).....	62
<b>Tabel 4. 11</b> Hasil Uji Validitas Word Of Mouth (X2).....	63
<b>Tabel 4. 12</b> Hasil Uji Validitas Green Brand Image (X3).....	64
<b>Tabel 4. 13</b> Hasil Uji Validitas Minat Pembelian Ulang (Y) .....	64
<b>Tabel 4. 14</b> Hasil Uji Reliabilitas .....	65
<b>Tabel 4. 15</b> Hasil Analisis Linier Berganda .....	66
<b>Tabel 4. 16</b> Hasil Uji Multikolinearitas .....	69
<b>Tabel 4. 17</b> Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	72
<b>Tabel 4. 18</b> Hasil Uji Pengaruh Stimulan (F) .....	72
<b>Tabel 4. 19</b> Hasil Uji Parsial (Uji T) .....	74

**DAFTAR GAMBAR**

<b>Gambar 1. 1</b> Rata-Rata Jumlah Harian Sampah Masuk TPST Bantargebang .....	4
<b>Gambar 1. 2</b> Rata Rata Jumlah Tahunan Sampah Masuk TPST Bantargebang.....	5
<b>Gambar 1. 3</b> Rata Rata Jumlah Bulanan Sampah Masuk TPST Bantargebang 2019.....	6
<b>Gambar 1. 4</b> Pengembalian Botol Kemasan The Body Shop Setiap Tahun .....	10
<b>Gambar 2. 1</b> Kerangka Konseptual.....	36
<b>Gambar 4. 1</b> Grafik Uji Normalitas .....	68
<b>Gambar 4. 2</b> Grafik Uji Heteroskedastisitas .....	70



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1</b> Kuesioner Penelitian .....	87
<b>Lampiran 2</b> Karakteristik Responden.....	91
<b>Lampiran 3</b> Hasil Statistik Deskriptif.....	93
<b>Lampiran 4</b> Hasil Uji Validitas .....	94
<b>Lampiran 5</b> Hasil Uji Reliabilitas.....	96
<b>Lampiran 6</b> Hasil Asumsi Klasik .....	97
<b>Lampiran 7</b> Hasil Uji Analisis Berganda .....	98
<b>Lampiran 8</b> Hasil Tanggapan Kuesioner.....	99

