

**PENGARUH *GREEN MARKETING* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
RICHEESE FACTORY DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL
MODERASI**

Skripsi diajukan untuk melengkapi
persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

Oleh:
Sonia Apriliya
NPM: 41183402190087



Program S-1
Jurusan Manajemen

**UNIVERSITAS ISLAM "45" BEKASI
FAKULTAS EKONOMI
BEKASI
2023**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN RICHEESE FACTORY DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI
VARIABEL MODERASI**

Tanggal: 25 Juli 2023

Oleh

Sonia Apriliya

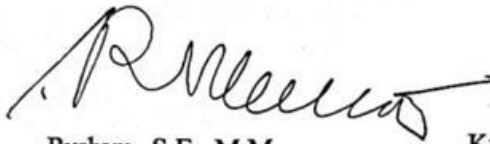
NPM: 41183402190087

Disetujui,

Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II



Rusham, S.E., M.M



Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen



Dr Husnul Khatimah, S.E., M.Si



Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN RICHEESE FACTORY DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI
VARIABEL MODERASI**

Tanggal : 31 Juli 2023


Oleh

Sonia Apriliya

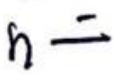
NPM: 41183402190087

Diuji oleh,

Penguji I

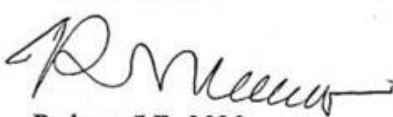

Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M

Penguji II

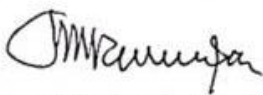

Dr. Syahyono, S.E., M.M

Disetujui
Pembimbing,

Pembimbing I


Rusham, S.E., M.M

Pembimbing II



Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi


Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si

Ketua Jurusan/Manajemen


Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sonia Apriliya

NPM : 41183402190087

Judul Skripsi/Penelitian : Pengaruh Green Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Richeese Factory Dengan Brand Image Sebagai Variabel Moderasi.

Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, serta pemaparan saya sendiri. Dan juga penelitian saya bebas dari plagiarisme. Rujukan penulisan sudah selesai dengan teknik penulisan karya ilmiah yang berlaku umum. Tidak ada dalam skripsi ini yang pernah ditulis atau dipresentasikan untuk mendapatkan gelar sarjana di perguruan tinggi, kecuali dari apa yang telah disebutkan dalam daftar pustaka dan dalam skripsi ini.

Apabila di kemudian hari dapat dibuktikan adanya unsur plagiarisme tersebut, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Demikian lembar pernyataan ini saya buat sebagai pertanggungjawaban ilmiah tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Bekasi, 25 Juli 2023



Sonia Apriliya

ABSTRAK

Sonia Apriliya (41183402190087)

Pengaruh *Green Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan Richeese Factory Dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Moderasi.

xii + 72 halaman +9 tabel + 14 gambar + 10 lampiran

Kata Kunci: *Green Marketing*, *Brand Image* dan Loyalitas Pelanggan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh *Green Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan Richeese Factory Dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Moderasi.

Populasi penelitian ini adalah masyarakat yang tinggal di Kota Bekasi. Sampel penelitian ini adalah masyarakat yang mengkonsumsi richeese factory di Harapan Indah Kota Bekasi berjumlah 100 orang. Teknik penentuan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan teknik *purposive sampling* dengan menggunakan metode analisis *partial least square* (PLS) dengan menggunakan program SmartPLS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa 70,2% variasi variabel dependen Loyalitas Pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu *green marketing*.

Variabel *green marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan richeese factory Harapan Indah Kota Bekasi, yaitu dengan nilai t-statistik $1,657 < 1,96$ dan nilai p-values $0,050 > 0,05$. Variabel moderasi *brand image* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan richeese factory Harapan Indah Kota Bekasi, dengan nilai t-statistik $9,951 > 1,96$, dan nilai p-values $0,000 < 0,05$. Variabel moderasi *brand image* tidak berpengaruh signifikan melalui *green marketing* terhadap loyalitas pelanggan richeese factory Harapan Indah Kota Bekasi, yaitu dengan nilai t-statistik $1,201 < 1,96$, dan nilai p-values $0,116 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel moderasi *brand image* Richeese Factory tidak mampu memoderasi pengaruh *green marketing* terhadap loyalitas pelanggan richeese factory.

Daftar Pustaka 40: (2001-2022)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohiim.

Assalamualikum wr.wb.

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ Pengaruh *Green Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan Richeese Factory Dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Moderasi.”. Tidak lupa shalawat serta salam selalu dicurahkan kepada Nabi Muhammad SAW serta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini diajukan sebagai persyaratan mencapai gelar Sarjana Ekonomi jurusan manajemen S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi. Pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan rasa terimakasih atas segala bantuan, bimbingan dan saran kepada:

1. Bapak Rusham, S.E., M.M dan Ibu Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M. Selaku dosen pembimbing Universitas Islam “45” Bekasi yang telah banyak meluangkan waktunya memberikan pengarahan serta bimbingan dalam proses penulisan skripsi ini.
2. Ibu Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M. Selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Islam “45” Bekasi.
3. Ibu Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi.
4. Seluruh Dosen dan staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi Program Studi Akuntansi Universitas Islam “45” Bekasi yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan serta kelancaran dalam administrasi selama penulisan skripsi.
5. Kedua orang tua terkasih Bapak Sukarlan dan Ibu Wasito dan juga kepada kakak tersayang Maharani Siswanto yang selalu memberikan semangat, motivasi, doa dan bantuan sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini.

6. Terima kasih kepada diri sendiri, yang bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Perlu di ingat bahwa hal ini merupakan awal dari sebuah perjalanan hidup, masih ada tantangan-tantangan lain di luar sana, yang terpenting selalu semangat banyak harapan dan cita-cita yang akan kita mulai.
7. Dan seluruh pihak yang telah memberikan banyak dukungan yang tidak dapat dituliskan satu persatu, terima kasih atas bantuan, motivasi dan doanya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Dengan segala kerendahaan hati penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih jauh dari kesempurnaan, walau demikian penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk mendapatkan hasil yang optimal. Harapan penulis semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan informasi terkait penelitian ini. Aamiin.

Wassalamu'alikum wr.wb

Bekasi, 25 Juli 2023

Sonia Apriliya

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	i
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR DAN GRAFIK.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian.....	10
1.4 Ruang lingkup atau Batasan Masalah	11
1.5 Sistematika Pelaporan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Loyalitas Pelanggan	13
2.1.2 <i>Brand Image</i>	16
2.1.3 <i>Green Marketing</i>	18
2.1.4 Variabel <i>Moderating</i> dengan Variabel <i>Intervening</i>	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	22
2.3 Kerangka Pemikiran	27
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	29
2.4.1 Pengaruh <i>Green Marketing</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	29
2.4.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	29
2.4.3 Pengaruh <i>Green Marketing</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui	

<i>Brand Image</i> Sebagai Variabel Moderasi	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan.....	31
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	31
3.2.1 Lokasi Penelitian	31
3.2.2 Waktu Penelitian	32
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	32
3.3.1 Populasi	32
3.3.2 Sampel.....	32
3.4 Jenis dan Sumber Data	33
3.5 Teknik Pengumpulan data	33
3.6 Instrumen Penelitian	34
3.6.1 Konseptual Variabel Penelitian.....	34
3.6.2 Operasional Variabel Penelitian.....	36
3.7 Metode Analisis Data	38
3.8 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model).....	39
3.8.1 <i>Convergent Validity</i>	40
3.8.2 <i>Discriminant Validity</i>	41
3.8.3 <i>Composite Reliability</i>	41
3.9 Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	42
3.9.1 R-Square (R^2).....	43
3.9.2 Uji Signifikansi (Pengujian Hipotesis).....	43
BAB IV PEMBAHASAN	44
4.1 Hasil Penelitian.....	44
4.1.1 Gambaran Umum PT Richeese Kuliner Indonesia	44
4.2 Analisis Deskriptif.....	45
4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	47
4.3 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model).....	54
4.3.1 <i>Convergent Validity</i>	54

4.3.2	<i>Diskriminant Validity</i>	56
4.3.3	Uji Reliabilitas	58
4.4	Uji Analisis Data	58
4.5	Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	60
4.5.1	R-Square (R^2).....	60
4.6	Pengujian Signifikansi (Uji Hipotesis).....	61
4.7	Pembahasan	62
4.8	Keterbatasan Penelitian.....	65
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		66
5.1	Simpulan.....	66
5.2	Saran	67
DAFTAR PUSTAKA		69

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Persepsi Konsumen Tentang Loyalitas Pelanggan	5
Tabel 1. 2 Persepsi Konsumen Tentang <i>Green Marketing</i>	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Penilaian Kuesioner	34
Tabel 3. 2 Definisi Operasional	36
Tabel 4.1 Data Karakteristik Responden.....	46
Tabel 4. 2 <i>Green Marketing</i>	48
Tabel 4. 3 <i>Brand Image</i>	51
Tabel 4. 4 Loyalitas Pelanggan	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tren Data Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman.....	1
Gambar 1. 2 Restoran FastFood Populer Tahun 2020-2022.....	3
Gambar 1. 3 Penjualan Richeese Factory menurut Top Brand Index tahun 2020-2022	4
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 4. 1 Logo Richeese Factory	44
Gambar 4. 2 Hasil uji Outer Model <i>Green Marketing</i>	55
Gambar 4. 3 Hasil uji Outer Model <i>Brand Image</i>	55
Gambar 4. 4 Hasil uji Outer Model loyalitas pelanggan.....	56
Gambar 4. 5 <i>Construct Reliability and Validity</i>	56
Gambar 4. 6 <i>Cross loading</i>	57
Gambar 4. 7 <i>Construct Reliability and Validity</i>	58
Gambar 4. 8 Diagram Jalur (Path Diagram)	59
Gambar 4. 9 R-Square (R ²)	61
Gambar 4. 10 <i>Path Coefficients</i>	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pernyataan Kuesioner.....	74
Lampiran 2 Hasil Outer Loading	78
Lampiran 3 Riset Lokasi Richeese Factory	79
Lampiran 4 Daftar Jawaban Kuesioner.....	82
Lampiran 5 Pra Survey.....	88
Lampiran 6 Surat Keterangan Pengesahan Judul Penelitian.....	89
Lampiran 7 Kartu Bimbingan Skripsi	90
Lampiran 8 Kartu Seminar Proposal.....	91
Lampiran 9 Turnitin	93
Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup.....	94

LAMPIRAN TURNITIN

Sonia apriliya-41183402190087

ORIGINALITY REPORT

26% SIMILARITY INDEX	24% INTERNET SOURCES	11% PUBLICATIONS	12% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	----------------------------	------------------------------

PRIMARY SOURCES

1	repository.unismabekasi.ac.id Internet Source	3%
2	jurnal.unismabekasi.ac.id Internet Source	2%
3	dspace.uui.ac.id Internet Source	2%
4	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
5	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%
6	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	<1%
7	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1%
8	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	<1%
9	jurnal.untan.ac.id Internet Source	<1%