

**PENGARUH *GREEN MARKETING*, KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK GARNIER
PEMBERSIH WAJAH (STUDI PADA PELANGGAN DI KOTA SURABAYA)**

SKRIPSI



Oleh :

NASTASYA UYUN SITI AZZAHRA
NPM. 20042010233

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *GREEN MARKETING*, KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK GARNIER
PEMBERSIH WAJAH (STUDI PADA PELANGGAN DI KOTA SURABAYA)**

Disusun Oleh :

NASTASYA UYUN SITI AZZAHRA
NPM. 20042010233

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA



Dr. Drs. Nurhadi, M.Si
NIP. 196902011994031001

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *GREEN MARKETING*, KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK GARNIER PEMBERSIH WAJAH (STUDI PADA PELANGGAN DI KOTA SURABAYA)

Disusun Oleh :

NASTASYA UYUN SITI AZZAHRA
NPM. 20042010233

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur Pada Tanggal 07 Maret 2024

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA



Dr. Nurhadi, M.Si
NIP. 196902011994031001

TIM PENGUJI

1. Ketua



Dr. Rusdi Hidayat N., M.Si
NIP. 196112241989031007

2. Sekertaris



Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

3. Anggota



Dr. Nurhadi, M.Si
NIP. 196902011994031001

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : NASTASYA UYUN SITI AZZAHRA
NIM : 20042010233
Fakultas /Program Studi : FISIP / ADMINISTRASI BISNIS
Judul Skripsi/Tugas Akhir/
Tesis/Desertasi : PENGARUH GREEN MARKETING , KUALITAS PRODUK DAN
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PRODUK GARNIER PEMBERIH WAJAH (studi pada
Pelanggan di kota Surabaya)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 19 MARET 2024

Yang Menyatakan



(NASTASYA UYUN S.A)

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Green Marketing*, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Garnier Pembersih Wajah (Studi Pada Pelanggan di Kota Surabaya)”**. Selesaiannya penyusunan skripsi ini tidak lepas dari **Bapak Dr. Drs. Nurhadi, M.Si** selaku dosen pembimbing dengan segala kesabarannya dan perhatiannya rela meluangkan waktu untuk penulis. Terima kasih yang tak terhingga kepada pihak yang telah mendukung dan membantu penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis ingin menghantarkan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Acep Samsudin, S.Sos, MM, M.A selaku koordinator program studi administrasi bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Kedua orang tua dan keluarga besar penulis khususnya kepada mama dan papa yang semasa hidupnya telah merawat, membanting tulang serta mendoakan penulis.
4. Bapak dan ibu dosen program studi administrasi bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Teman-teman penulis angkatan 2020 yang telah memberikan semangat dan dukungan serta bantuannya agar penelitian ini dapat terselesaikan.

6. Semua pihak yang telah membantu kelancaran menyelesaikan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kesalahan dan kekurangan pada penelitian ini yang disebabkan karena keterbatasan kemampuan, pengetahuan, dan pengalaman penulis. Oleh karena itu penulis menerima kritik dan saran serta masukan yang membangun dari semua pihak. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat dan menambah pengetahuan khususnya bagi penulis, pembaca dan semua pihak pada umumnya.

Surabaya, Februari 2024

Peneliti

Nastasya Uyun Siti Azzahra

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 Strategi Pemasaran Hijau (<i>Green Marketing</i>).....	15
2.2.2 Kualitas Produk.....	20
2.2.3 Kepuasan Pelanggan	25
2.2.4 Loyalitas Pelanggan	27
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	29
2.3.1 Pengaruh <i>Green Marketing</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan...	29
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	30
2.3.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	30
2.4 Kerangka Berfikir.....	30
2.5 Hipotesis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Jenis Penelitian.....	34
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	34

3.2.1	Definisi Operasional.....	34
3.2.2	Pengukuran Variabel	38
3.3	Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	38
3.3.1	Populasi Penelitian	38
3.3.2	Sampel Penelitian.....	39
3.4	Teknik Pengumpulan Data	41
3.4.1	Jenis Data	41
3.4.2	Sumber Data.....	41
3.4.3	Teknik Pengumpulan Data	42
3.5	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	43
3.5.1	Teknik Analisis Data	43
3.5.2	Uji Instrumen Penelitian	43
3.5.3	Uji Asumsi Klasik	44
3.5.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	46
3.5.5	Uji Hipotesis.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		51
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.1.1	Sejarah Perusahaan.....	51
4.1.2	Visi dan Misi L'Oreal	52
4.1.3	Logo Perusahaan	53
4.2	Penyajian Data	53
4.2.1	Karakteristik Responden	53
4.2.2	Variabel – Variabel Penelitian	58
4.3	Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	64
4.3.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	64
4.3.2	Uji Asumsi Klasik	67
4.3.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	69
4.3.4	Uji Hipotesis.....	71
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	74
BAB V PENUTUP		79
5.1	Kesimpulan	79
5.2	Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....		81
LAMPIRAN.....		85

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert	38
Tabel 3.2 Kuisisioner Skala Likert	42
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah Domisili Surabaya	55
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden	56
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	56
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Kebutuhan Penggunaan Per- Bulan	57
Tabel 4.6 Variabel <i>Green Marketing</i> (X1).....	58
Tabel 4.7 Variabel Kualitas Produk (X2)	60
Tabel 4.8 Variabel Kepuasan Pelanggan (X3).....	61
Tabel 4.9 Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	62
Tabel 4.10 Uji Validitas <i>Green Marketing</i>	64
Tabel 4.11 Uji Validitas Kualitas Produk	65
Tabel 4.12 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	65
Tabel 4.13 Uji Validitas Loyalitas Pelanggan	65
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas.....	66
Tabel 4.15 Uji Normalitas	67
Tabel 4.16 Uji Multikolinearitas	68
Tabel 4.17 Uji Heteroskedastisitas	69
Tabel 4.18 Analisis Regresi Linear Berganda	70
Tabel 4.19 Uji Simultan F	71
Tabel 4.20 Uji Parsial t.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Penjualan Garnier	7
Gambar 1.2 Garnier Green Beauty.....	8
Gambar 2.1 Bagan Kerangka Penelitian	32
Gambar 3.1 Kurva Uji F.....	48
Gambar 3.2 Kurva Uji t.....	50
Gambar 4.1 Logo Garnier	53
Gambar 4.2 Kurva Hasil Uji t	74

ABSTRAK

NASTASYA UYUN SITI AZZAHRA, 20042010233 PENGARUH *GREEN MARKETING*, KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK GARNIER PEMBERSIH WAJAH (Studi Pada Pelanggan di Kota Surabaya)

Perkembangan industri kosmetik yang meningkat pesat mengakibatkan persaingan bisnis kosmetik semakin ketat. Menjaga loyalitas pelanggan tentu menjadi tantangan bagi industri kosmetik untuk mempertahankan kelangsungan bisnisnya. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh *green marketing*, kualitas produk dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan garnier pembersih wajah di Kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah pelanggan yang telah menggunakan atau membeli ulang produk garnier pembersih wajah lebih dari satu kali. Sampel yang digunakan sebanyak 150 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan metode penyebaran kuisioner. Dan data diolah menggunakan bantuan SPSS dengan metode pengujian analisis regresi linear berganda. Hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan variabel bebas *green marketing*, kualitas produk dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sementara itu hasil uji t menunjukkan bukti empiris bahwa; a) secara parsial variabel *green marketing* (X_1) dan variabel kepuasan pelanggan (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y); b) secara parsial variabel kualitas produk (X_2) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Kata Kunci : *Green Marketing*, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

NASTASYA UYUN SITI AZZAHRA, 20042010233 THE INFLUENCE OF GREEN MARKETING, PRODUCT QUALITY AND CUSTOMER SATISFACTION ON CUSTOMER LOYALTY FOR GARNIER FACIAL CLEANSER PRODUCTS (Study of Customers in the City of Surabaya)

The rapidly increasing development of the cosmetics industry has resulted in increasingly tight competition in the cosmetics business. Maintaining customer loyalty is certainly a challenge for the cosmetics industry to maintain business continuity. This research aims to explain the influence of green marketing, product quality and customer satisfaction on Garnier facial cleanser customer loyalty in the city of Surabaya. This research uses quantitative research methods. The population of this study are customers who have used or repurchased Garnier facial cleansing products more than once. The sample used was 150 respondents using purposive sampling technique. The data collection technique uses the questionnaire distribution method. And the data was processed using SPSS with the multiple linear regression analysis testing method. The results of the F test show that simultaneously the independent variables green marketing, product quality and customer satisfaction have a significant effect on customer loyalty. Meanwhile the t test results show empirical evidence that; a) partially the green marketing variable (X_1) and customer satisfaction variable (X_3) have a positive and significant effect on customer loyalty (Y); b) partially the product quality variable (X_2) has a positive but not significant effect on customer loyalty (Y).

Keywords : *Green Marketing, Product Quality, Customer Satisfaction.*