

**PENGARUH TRUST DAN GREEN MARKETING TERHADAP**

**LOYALITAS PELANGGAN PADA PO. GUNUNG HARTA**

**DI KABUPATEN BANGKALAN**

**Skripsi**



**Diajukan Oleh :**

**Achmad Risal Basori**  
**20012010007 / FEB / EM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR**

**2025**

**PENGARUH TRUST DAN GREEN MARKETING TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA PO. GUNUNG HARTA  
DI KABUPATEN BANGKALAN**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Program Studi Manajemen**



**Diajukan Oleh :**

**Achmad Risal Basori**  
**20012010007 / FEB / EM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR**

**2025**

**SKRIPSI**

**PENGARUH TRUST DAN GREEN MARKETING TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA PO. GUNUNG HARTA  
DI KABUPATEN BANGKALAN**

**Disusun Oleh :**

**ACHMAD RISAL BASORI**

**20012010007 / FEB / EM**

**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal : 4 Juli 2025**

**Pembimbing Utama**

  
**Drs. Ec. Supriyono, S.E. M.M.**  
**NIP. 196106261988031001**

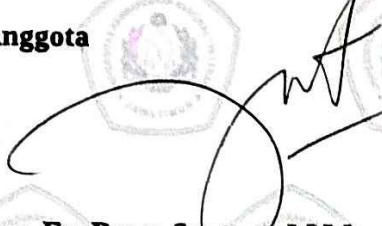
**Tim Penguji  
Ketua**

  
**Dra. Ec. Mei Retno Adiwati, M.Si.**  
**NIP. 196605161991032001**

**Pembimbing Pendamping**

  
**Dewi Deniaty Sholihah, S.E. M.M.**  
**NIP. 199102222020122016**

**Anggota**

  
**Drs. Ec. Bowo Santoso, M.M.**  
**NIPPPK. 196207282021211001**

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur**

  
**Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M. Si, CRP**  
**NIP. 196304201991032001**

## **SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Achmad Risal Basori  
NPM : 20012010007  
Program : Sarjana(S1)  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Disertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 4 Juli 2025

Yang Membuat pernyataan

  
DE16AAX958543361  
Achmad Risal Basori  
NPM. 20012010007

## KATA PENGANTAR

Dengan mengungkapkan segala puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah serta inayahnya, sholawat dan salam semoga tercurah dan terlimpahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabatnya, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan proposal penelitian yang berjudul **“PENGARUH TRUST DAN GREEN MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PO. GUNUNG HARTA DI KABUPATEN BANGKALAN”**. Adapun tujuan pengajuan Proposal Penelitian ini guna memenuhi salah satu syarat penyelesaian studi pendidikan Strata satu (S-1), Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Selama proses penulisan skripsi ini berlangsung, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan mungkin dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan, bimbingan, bantuan serta motivasi dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan kali ini penulis akan menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Ayahanda saya H. Syafiih dan Ibunda saya (Alm.) Hj. Amina beserta seluruh keluarga besar saya yang telah senantiasa memberikan doa dan dukungannya kepada saya.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur.
4. Dr. Wiwik Handayani, S.E, M.Si, selaku Koordinator Program Studi Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur

5. Bapak (Alm.) Drs. Ec. Eko Purwanto, S.E, M.Si dan Bapak Dr. Sugito, M.M. selaku dosen wali saya yang sangat memperhatikan dan membimbing saya selama proses perkuliahan hingga saat ini.
6. Bapak Drs. Ec. Supriyono, S.E, M.M selaku dosen pembimbing utama saya dalam proses penyusunan skripsi ini.
7. Ibu Dewi Deniaty Solihah, S.E, M.M. selaku dosen pembimbing pendamping saya dalam proses penyusunan skripsi ini.
8. Kekasih tercinta Alifah Qorik, yang telah senantiasa memberikan masukan, saran dan kritik kepada saya dengan tujuan untuk membangun karakter diri saya lebih baik.
9. Sahabat saya selama perkuliahan, (Alm.) Farrel dan Chalid yang telah menjadi teman seperjuangan dalam berbagi ilmu selama masa perkuliahan.

Saya ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan terhadap penyusunan skripsi dengan dukungan yang tiada hentinya telah membantu dan memperlancar proses penyusunan skripsi ini. Saya juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, peneliti memerlukan kritik, saran dan masukan yang membangun. Umpan balik sangat mendukung dalam memperbaiki dan mengarahkan penelitian ini agar lebih baik di masa mendatang. Semoga penelitian ini dapat memberikan suatu manfaat nyata dalam bidang akademis dan masyarakat pada umumnya.

Surabaya, 4 Juli 2025

Achmad Risal Basori

## DAFTAR ISI

|                                                               |            |
|---------------------------------------------------------------|------------|
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                    | <b>i</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                        | <b>iii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                                      | <b>vi</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                     | <b>vii</b> |
| <b>ABSTRAK.....</b>                                           | <b>ix</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                 | <b>1</b>   |
| 1.1 Latar Belakang.....                                       | 1          |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                                      | 12         |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                                    | 12         |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                                   | 12         |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>                           | <b>13</b>  |
| 2.1 Penelitian Terdahulu.....                                 | 13         |
| 2.2 Landasan Teori.....                                       | 16         |
| 2.2.1 Perilaku Konsumen.....                                  | 16         |
| 2.2.2 Strategi Pemasaran.....                                 | 17         |
| 2.2.3 <i>Trust</i> .....                                      | 17         |
| 2.2.4 <i>Green Marketing</i> .....                            | 19         |
| 2.2.5 Loyalitas Pelanggan.....                                | 20         |
| 2.3 Hubungan Antar Variabel.....                              | 21         |
| 2.3.1 Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan..... | 21         |

|                                                                         |           |
|-------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.3.2 Pengaruh <i>Green Marketing</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan..... | 22        |
| 2.4 Kerangka Konseptual.....                                            | 23        |
| 2.5 Hipotesis.....                                                      | 26        |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>                               | <b>27</b> |
| 3.1 Jenis Penelitian.....                                               | 27        |
| 3.2 Objek Penelitian.....                                               | 28        |
| 3.3 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....             | 28        |
| 3.3.1 <i>Trust</i> .....                                                | 29        |
| 3.3.2 <i>Green Marketing</i> .....                                      | 30        |
| 3.3.3 Loyalitas Pelanggan.....                                          | 32        |
| 3.4 Populasi dan Sampel.....                                            | 34        |
| 3.4.1 Populasi.....                                                     | 34        |
| 3.4.2 Sampel.....                                                       | 34        |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data.....                                        | 36        |
| 3.5.1 Data Primer.....                                                  | 36        |
| 3.5.2 Data Sekunder.....                                                | 36        |
| 3.5.3 Metode Pengumpulan Data.....                                      | 37        |
| 3.6 Metode Analisis Data.....                                           | 38        |
| 3.6.1 Metode Pengolahan Data.....                                       | 38        |
| 3.6.2 Pengujian Instrumen.....                                          | 39        |

|                                                              |           |
|--------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.7 Uji Asumsi Klasik.....                                   | 40        |
| 3.7.1 Uji Linieritas.....                                    | 40        |
| 3.8 Metode Penyajian Data.....                               | 40        |
| 3.8.1 Analisis Statistik Data.....                           | 40        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>           | <b>42</b> |
| 4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....                          | 42        |
| 4.1.1 Profil Perusahaan.....                                 | 42        |
| 4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....                          | 43        |
| 4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....                          | 43        |
| 4.2.1 Analisis Karakteristik Responden.....                  | 43        |
| 4.2.2 Hasil Penelitian.....                                  | 46        |
| 4.3 Interpretasi Hasil Olah Data.....                        | 55        |
| 4.3.1 Analisis Model PLS.....                                | 55        |
| 4.3.2 Evaluasi Model Pengukuran.....                         | 56        |
| 4.3.3 Uji Reliabilitas.....                                  | 60        |
| 4.3.3 Pengujian Korelasi.....                                | 61        |
| 4.3.4 Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> )..... | 61        |
| 4.4 Pembahasan.....                                          | 64        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>                       | <b>68</b> |
| 5.1 Kesimpulan.....                                          | 68        |
| 5.2 Saran.....                                               | 69        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                   | <b>70</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                         | <b>72</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1.1 Grafik Penjualan PO. Gunung Harta di Kabupaten Bangkalan.....   | 6  |
| Tabel 3.3.1 Tabel Skala Likert.....                                         | 34 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....            | 44 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....                     | 44 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan.....               | 45 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....                 | 45 |
| Tabel 4.5 Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Trust</i> .....           | 47 |
| Tabel 4.6 Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Green Marketing</i> ..... | 50 |
| Tabel 4.7 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Loyalitas Pelanggan.....     | 53 |
| Tabel 4.8 <i>Outer Loading</i> .....                                        | 57 |
| Tabel 4.9 <i>Cross Loading</i> .....                                        | 58 |
| Tabel 4.10 <i>Average Variance Extracted</i> .....                          | 59 |
| Tabel 4.11 <i>Reliabilitas Data</i> .....                                   | 60 |
| Tabel 4.12 Uji Korelasi.....                                                | 61 |
| Tabel 4.13 <i>R-Square</i> .....                                            | 62 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                           |    |
|---------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1.1 Ulasan Konsumen PO.Gunung Harta di Kab. Bangkalan.....       | 2  |
| Gambar 1.1.2 Jumlah Kendaraan Berdasarkan Jenis di Indonesia.....         | 3  |
| Gambar 1.1.3 Jumlah Kendaraan Jenis Mobil Bus di Indonesia 2021-2024..... | 3  |
| Gambar 1.1.4 Grafik Penjualan PO. Gunung Harta di Kab. Bangkalan.....     | 7  |
| Gambar 2.3.1 Kerangka Konseptual.....                                     | 25 |
| Gambar 3.4.2 Rumus Slovin.....                                            | 35 |
| Gambar 4.1 Hasil Olah Data Output PLS.....                                | 55 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                        |    |
|------------------------------------------------------------------------|----|
| Lampiran 1 Tabel Latent Variabel Correlation.....                      | 72 |
| Lampiran 2 Tabel Nilai <i>Outer Loading</i> .....                      | 73 |
| Lampiran 3 Tabel Nilai <i>Cross Loading</i> .....                      | 74 |
| Lampiran 4 Tabel Nilai <i>Construct Reliability and Validity</i> ..... | 75 |
| Lampiran 5 Tabel <i>R- Square</i> .....                                | 75 |
| Lampiran 6 Tabel Mean, STDEV, T-Values, P-Values.....                  | 76 |
| Lampiran 7 Uji Kausalitas ( <i>Inner Weight</i> ).....                 | 55 |

**PENGARUH *TRUST* DAN *GREEN MARKETING* TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA PO. GUNUNG HARTA  
DI KABUPATEN BANGKALAN**

**Oleh :**

**ACHMAD RISAL BASORI  
20012010007 / FEB / EM**

**ABSTRAK**

Loyalitas pelanggan merupakan faktor kunci dalam mempertahankan keberlanjutan bisnis jasa transportasi di tengah persaingan yang semakin ketat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan dan pemasaran hijau terhadap loyalitas pelanggan pada layanan transportasi umum, dengan studi kasus pada PO. Gunung Harta di Kabupaten Bangkalan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode purposive sampling, melibatkan 83 responden yang merupakan pengguna layanan lebih dari dua kali dalam setahun. Teknik analisis data yang digunakan adalah Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Demikian pula, *green marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa kepercayaan pelanggan terhadap layanan serta penerapan strategi pemasaran yang ramah lingkungan berperan penting dalam membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan transportasi disarankan untuk terus meningkatkan kepercayaan pelanggan melalui pelayanan yang transparan, aman, dan konsisten, serta mengadopsi praktik pemasaran hijau yang berkelanjutan.

**Kata Kunci : *Trust*; *Green Marketing*; Loyalitas Pelanggan**