

**PERAN KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN KONSUMEN
DALAM MEMEDIASI PENGARUH *GREEN MARKETING MIX*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Studi pada konsumen The Body Shop di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

***THE ROLE OF PURCHASING DECISIONS AND CONSUMER
SATISFACTION IN MEDIATING THE INFLUENCE OF GREEN
MARKETING MIX ON CUSTOMER LOYALTY
(Study on consumers of The Body Shop in Yogyakarta Special Region)***



Oleh:

Risa Dwi Saputri

20180410411

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2021**

**PERAN KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN KONSUMEN
DALAM MEMEDIASI PENGARUH *GREEN MARKETING MIX* TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN**

(Studi pada konsumen The Body Shop di Daerah Istimewa Yogyakarta)

***THE ROLE OF PURCHASING DECISIONS AND CONSUMER
SATISFACTION IN MEDIATING THE INFLUENCE OF GREEN
MARKETING MIX ON CUSTOMER LOYALTY***

(Study on consumers of The Body Shop in Yogyakarta Special Region)

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh:

**Risa Dwi Saputri
20180410411**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2021

PERNYATAAN

Dengan ini saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Risa Dwi Saputri
Nomor mahasiswa : 20180410411
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Prodi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“Peran Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Dalam Memediasi Pengaruh *Green Marketing Mix* Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada konsumen The Body Shop Di Daerah Istimewa Yogyakarta)”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia bahwa karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 06 Januari 2022
Yang membuat pernyataan,



Risa Dwi Saputri

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk

- ♥ *Bapak (Alidi) dan Ibu (Tumiyem) yang tiada henti memberikan kasih sayang, doa, pengorbanannya, serta dukungannya.*
- ♥ *Kakaku (Rika Nofiani) yang tiada henti memberikan semangat serta doanya.*
- ♥ *Muhammad Harris Darmawan yang tiada henti memberikan doa, semangat dan selalu memberikan nasihat. Terimakasih sudah menjadi yang terbaik dan tersabar untuk saya.*
- ♥ *Teman seperjuangan ku Elly, Novri, Hanifa, Nadia, Kalmi, Putri yang selalu mendukung aku, kalian semangat terus ya kalian pasti bisa menyelesaikannya.*
- ♥ *Semua teman-temanku serta keluarga besar yang selalu mendukungku yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.*
- ♥ *Dosen pembimbing Ibu Hasnah Rimiati, S.E, M.Si yang telah memberikan saran perbaikan mengenai hasil penelitian yang saya lakukan.*
- ♥ *Almamaterku Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.*

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia, rahmat, serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Peran Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen dalam Memediasi Pengaruh *Green Marketing Mix* Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada konsumen The Body Shop Di Daerah Istimewa Yogyakarta).

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CPR selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk serta bimbingan selama menyelesaikan studi.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, S.E, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen yang selalu memberikan arahan dalam menyelesaikan studi.
3. Ibu Hasnah Rimiyati, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan masukan dan saran dalam penyusunan skripsi.
4. Semua keluarga besar penulis dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan motivasi, dukungan, serta doa dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya masih terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan.

Yogyakarta, 06 Januari 2022


Risa Dwi Saputri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	ii
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Masalah	10
D. Manfaat.....	11
BAB II.....	12
A. Landasan Teori	12
1. <i>Green Marketing Mix</i>	12
2. Keputusan Pembelian	15
3. Kepuasan Konsumen	20
4. Loyalitas Pelanggan.....	23
B. Hasil Penelitian Terdahulu	26
C. Penurunan Hipotesis.....	35
D. Model Penelitian	43
BAB III	45
A. Objek dan Subjek Penelitian	45

B.	Jenis Data Penelitian	45
C.	Teknik pengambilan sampel.....	46
D.	Teknik Pengumpulan Data	47
E.	Variabel Penelitian	47
F.	Uji Kualitas Instrumen	51
G.	Analisis Data dan Uji Hipotesis	52
1.	Analisis Deskriptif	52
2.	Uji Hipotesis	53
BAB IV		59
A.	Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	59
B.	Uji Kualitas Instrumen	66
1.	Uji Validitas.....	66
2.	Uji Reliabilitas	68
C.	Hasil Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	69
1.	Analisis Data SEM.....	69
2.	Uji Hipotesis	81
D.	Pembahasan	94
BAB V.....		111
A.	Simpulan.....	111
B.	Keterbatasan	113
C.	Saran.....	114
DAFTAR PUSTAKA		116
LAMPIRAN.....		120

DAFTAR TABEL

1.1 Kenaikan Penjualan Produk The Body Shop	4
2.1. Hasil Penelitian Terdahulu	27
3.1. Definisi Operasional Variabel	49
4.1. Profil Responden	60
4.2. Kategori Penilaian Responden	63
4.3. Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Green Marketing Mix</i>	64
4.4. Penilaian Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	64
4.5. Penilaian Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen	65
4.6. Penilaian Responden Terhadap Variabel Loyalitas	66
4.7. Hasil Uji Validitas	67
4.8. Hasil Uji Reliabilitas	68
4.9. <i>Degree Of Freedom</i>	73
4.10. Hasil Uji Normalitas	75
4.11. Hasil Uji Outliers	77
4.12. Uji <i>Goodness of Fit Index</i>	79
4.13. Output Pengaruh Hipotesis Langsung	81
4.14. Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Langsung	82
4.15. Standardized Direct Effects (Keputusan Pembelian)	85
4.16. Standardized Indirect Effects (Keputusan Pembelian)	86
4.17. Standardized Direct Effects (Kepuasan Konsumen)	86
4.18. Standardized Indirect Effects (Kepuasan Konsumen)	86
4.19. Uji Hipotesis Tidak Langsung	88

DAFTAR GAMBAR

1.1. Perkembangan Kosmetik Di Indonesia	1
2.1. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	16
2.2. Proses Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian	19
2.3. Model Penelitian	43
4.1. Diagram Jalur	71
4.2 Persamaan Struktural	72
4.3. Outliers	77
4.4 <i>Goodness of Fit</i>	79
4.5 Kalkulator <i>Sobel Test</i> Variabel Keputusan Pembelian	87
4.6 Kalkulator <i>Sobel Test</i> Variabel Kepuasan Konsumen	88
4.7 Pengujian Hipotesis Tidak Langsung	89
4.8 Pengujian Hipotesis Tidak Langsung	92