

**PENGARUH *GREEN MARKETING* TERHADAP *BRAND IMAGE* DAN
LOYALITAS PELANGGAN
(Studi pada Pelanggan Air Mineral Dalam Kemasan Ades
Di D.I Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF GREEN MARKETING ON BRAND IMAGE AND
COSTUMER LOYALTY
(Studies on Bottled Mineral Water of Ades
In D.I Yogyakarta)***



Diajukan Oleh:

**FAKHRIL GUMARA
20170410192**

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

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Fakhрил Gumara

Nomor Mahasiswa : 20170410192

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Green Marketing* Terhadap *Brand Image* Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Air Mineral Dalam Kemasan Di D.I Yogyakarta)”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah yang disebutkan di dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya orang atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 25 Maret 2021

A handwritten signature in black ink is written over a green 5000 Rupiah Indonesian postage stamp. The stamp features the text 'KORPRI' and '5000'.

Fakhрил Gumara

PERSEMBAHAN

Penulis mempersembahkan skripsi ini untuk semua pihak yang telah memberikan semangat, dukungan, dan motivasi sehingga penulisan skripsi ini selesai

1. Untuk kedua orang tua saya ayahanda Tatang Hermawan dan ibunda Weni Herdiawati yang sangat berjasa dalam memberikan segalanya kepada saya agar salah satu tahap kehidupan ini terselesaikan.
2. Kedua adik saya Fahreza Muhamad Raya dan Muhammad Irsyad Jiyad yang menjadi salah satu faktor motivasi saya dalam menyelesaikan skripsi ini dan juga sebagai contoh untuk mereka
3. Teman – teman daerah seperjuanganku dari Tasikmalaya yang selalu menemani di kala saya merasa bosan.
4. Untuk teman – teman KAJOJO yang selalu memberikan saya saran dan juga sebagai salah satu tempat yang sering saya kunjungi untuk mengerjakan skripsi ini.
5. Semua teman – teman Manajemen UMY angkata 2017 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih atas ilmu pengetahuannya yang sudah menjadi bagian dari pengalaman dalam menjalani kuliah ini.
6. Seluruh keluarga besar akademisi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan serta panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan dan melimpah kemudahan, karunia dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh *Green Marketing* Terhadap *Brand Image* Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Air Mineral Dalam Kemasan Ades Di D.I Yogyakarta)” dengan baik.

Skripsi ini disusun untuk melengkapi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Skripsi ini ditulis dengan harapan dapat memberikan masukan bagi organisasi dalam pengambilan keputusan organisasional agar dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memberikan ide pengembangan untuk penelitian yang akan datang.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Bapak Rizal Yaya SE., M.Sc., Ph.D., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan, dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Ibu Retno Widowati PA., M.SI. Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang

telah memberikan bimbingan dan dukungan kepada para mahasiswa Manajemen.

3. Bapak Muhammad Miftahun Nadzir, BABA., MBA. selaku dosen pembimbing skripsi, dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan dan arahan selama proses penulisan skripsi ini.
4. Ayah dan Ibuku yang selalu memberikan semangat dan dukungan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Segenap dosen pengajar di Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang sudah memberikan ilmu yang luar biasa.
6. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan, dan semangat kepada penulis dalam proses penulisan skripsi ini, yang pastinya tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penyusunan skripsi ini disusun dengan sebaik-baiknya, namun masih terdapat kekurangan didalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak sangat diharapkan, tidak lupa harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta dapat menambah ilmu pengetahuan.

Yogyakarta, 25 Maret 2021

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN PERNYATAAN..... | ii |
| MOTTO | iv |
| PERSEMBAHAN | v |
| INTISARI | vi |
| <i>ABSTRACT</i> | vii |
| KATA PENGANTAR..... | viii |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xv |
| BAB I | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Penelitian | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 6 |
| C. Tujuan Penelitian | 6 |
| D. Manfaat Penelitian | 7 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 8 |
| A. Landasan Teori | 8 |
| 1. Pemasaran Hijau (<i>Green Marketing</i>)..... | 8 |
| 2. Citra Merek (<i>Brand Image</i>)..... | 10 |
| 3. Loyalitas Konsumen (<i>Consumer Loyalty</i>) | 12 |
| B. Hasil Penelitian Terdahulu | 13 |
| C. Pengembangan Hipotesis | 15 |
| D. Model Penelitian | 18 |
| BAB III | 19 |
| METODE PENELITIAN | 19 |
| A. Subjek Dan Objek Penelitian | 19 |
| B. Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel | 19 |
| C. Jenis Data | 20 |
| D. Teknik Pengumpulan Data | 20 |
| E. Definisi Operasional Variabel | 20 |
| F. Uji Kualitas Instrumen | 22 |

| | |
|--|-----------|
| 1. Uji Validitas | 22 |
| 2. Uji Reliabilitas | 23 |
| G. Alat Analisis Dan Uji Hipotesis | 23 |
| BAB IV | 26 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 26 |
| A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian | 26 |
| 1. Gambaran Umum Objek Penelitian | 26 |
| 2. Gambaran Umum Subjek Penelitian | 27 |
| B. Uji Kualitas Instrumen dan Data. | 28 |
| 1. Uji Validitas | 28 |
| 2. Uji Reliabilitas | 29 |
| C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis) | 30 |
| 1. Pembahasan Model Berdasarkan Teori. | 30 |
| 2. Menyusun Diagram Alur (<i>Path Diagram</i>). | 31 |
| 3. Konversi Diagram Jalur Ke Dalam Persamaan Struktural..... | 31 |
| 4. Input Matriks dan Estimasi Model | 32 |
| 5. Identifikasi Model Struktural..... | 35 |
| 6. Menilai Kriteria <i>Goodnes of Fit</i> | 36 |
| 7. Interpertasi dan Modifikasi Model | 38 |
| D. Pengujian Hipotesis..... | 38 |
| 1. Hubungan <i>Green Marketing</i> terhadap <i>Brand Image</i> | 39 |
| 2. Hubungan <i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas Pelanggan..... | 39 |
| 3. Hubungan <i>Green Marketing</i> terhadap Loyalitas Pelanggan | 40 |
| 4. Hubungan <i>Green Marketing</i> terhadap Loyalitas Pelanggan melalui <i>Brand Image</i> | 41 |
| E. Pembahasan..... | 41 |
| 1. <i>Green Marketing</i> Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap <i>Brand Image</i> | 42 |
| 2. <i>Brand Image</i> Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan..... | 43 |
| 3. <i>Green Marketing</i> Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan..... | 44 |

| | |
|---|----|
| 4. <i>Green Marketing</i> Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi <i>Brand Image</i> | 45 |
| BAB V | 46 |
| SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN | 46 |
| A. Simpulan | 46 |
| B. Keterbatasan Penelitian | 47 |
| C. Saran | 47 |
| DAFTAR PUSTAKA | 49 |
| LAMPIRAN | 51 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1. 1 Top Brand Index Kategori Air Mineral Dalam Kemasan | 3 |
| Tabel 3. 1 Definisi Operasional..... | 20 |
| Tabel 4. 1 Berdasarkan Jenis Kelamin | 27 |
| Tabel 4. 2 Berdasarkan Domisili..... | 28 |
| Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas..... | 29 |
| Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas | 30 |
| Tabel 4. 5 Hasil Uji Normalitas..... | 33 |
| Tabel 4. 6 Hasil Pengujian Outliers..... | 34 |
| Tabel 4. 7 <i>degrees of freedom (Default model)</i> | 35 |
| Tabel 4. 8 Menilai <i>Goodnes of Fit</i> | 36 |
| Tabel 4. 9 Hubungan Antar Variabel | 38 |
| Tabel 4. 10 <i>Standardize Direct Effect 1- (Default model)</i> | 41 |
| Tabel 4. 11 <i>Standardized Indirect Effect 1- (Default model)</i> | 41 |
| Tabel 4. 12 Rekapitulasi Hasil Analisis | 42 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1. 1 Kampanye Peduli Lingkungan..... | 4 |
| Gambar 2. 1 Model Penelitian..... | 18 |
| Gambar 4. 1 Diagram Jalur | 31 |
| Gambar 4. 2 Persamaan Struktural..... | 32 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|----|
| Lampiran 1 Kuseioner Penelitian | 52 |
| Lampiran 2 Karakteristik Responden | 55 |
| Lampiran 3 Data Tabulasi | 56 |
| Lampiran 4 Uji Validitas..... | 63 |
| Lampiran 5 Uji Reliabilitas | 64 |
| Lampiran 6 Model Penelitian | 65 |
| Lampiran 7 Hasil Uji Normalitas | 66 |
| Lampiran 8 Hasil Uji Outliers | 66 |
| Lampiran 9 <i>Degree of Freedom</i> | 69 |
| Lampiran 10 <i>Goodnes of Fit</i> | 69 |
| Lampiran 11 Hasil Uji Hipotesis..... | 70 |