

PENGARUH *GREEN PRODUCT INTEREST* DAN *CUSTOMER*

SATISFACTION THE BODY SHOP* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY

Oleh:

Nama : Paulus Edward

NIM : 26100260

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Oktober 2015

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PENGESAHAN

PENGARUH *GREEN PRODUCT INTEREST* DAN *CUSTOMER SATISFACTION THE BODY SHOP* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*

Diajukan Oleh:

Nama : Paulus Edward

NIM : 26100260

Jakarta, 6 Oktober 2015

Disetujui Oleh:

(Rita Eka S. S.E., M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2015



ABSTRAK

Paulus Edward / 26100260 / 2015 / Pengaruh Green Product Interest dan Customer Satisfaction The Body Shop Terhadap Customer Loyalty/ Rita Eka S. S.E ., M.M.

Saat ini banyak konsumen menginginkan produk yang alami dan dapat didaur ulang serta ramah lingkungan (*Green Product Cosmetics*). Hal ini karena, kesadaran masyarakat akan pentingnya pelestarian lingkungan yang disebabkan oleh adanya kekhawatiran besar kemungkinan terjadinya bencana lingkungan hidup yang mengancam, bukan hanya kesehatan, tetapi sampai pada kelangsungan hidup manusia dan keturunannya. Cara yang paling efektif antara lain adalah dengan melakukan pembelian pada produk-produk yang ramah lingkungan. Perusahaan yang bijaksana mengukur kepuasan pelanggan secara teratur karena merupakan salah satu kunci untuk retensi pelanggan. Pelanggan yang puas umumnya tetap loyal lagi, membeli lagi produk terbaru dari perusahaan tersebut, berbicara positif kepada orang lain tentang perusahaan dan produk-produknya,

Green product interest didefinisikan sebagai tingkat ketertarikan yang dimiliki konsumen terhadap suatu produk hijau. Seorang konsumen yang memiliki tingkat ketertarikan yang tinggi terhadap suatu produk akan memiliki rasa tertarik dan penasaran terhadap produk tersebut. *Customer Loyalty* merupakan situasi yang pelanggan secara konsisten membelanjakan seluruh anggaran yang ada untuk membeli produk suatu layanan jasa dari penjual yang sama. Sedangkan, *Customer Satisfaction* didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan kuesioner. Dengan obyek penelitian para konsumen produk *The Body Shop*. Teknik sampling yang digunakan adalah *non probability sampling*. Teknik analisis data yang di gunakan pada hasil jawaban kuesioner adalah analisis deskriptif, Uji kualitas data yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas, Uji normalitas, dan Analisis regresi linear sederhana yang bertujuan untuk mencari pengaruh Pengaruh Green Product Interest The Body Shop Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction yang terdiri dari uji koefisien determinasi (R^2), uji F, dan uji t.

Uji kualitas data menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan dinyatakan valid dan reliabel. Variabel *Green Product Interest* memiliki nilai sig. sebesar $0,000 < \text{nilai } \alpha (0,05)$ yang berarti bahwa variabel *Green Product Interest* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *Customer Loyalty*. Variabel *Customer Satisfaction* memiliki nilai sig. sebesar $0,000 < \text{nilai } \alpha (0,05)$ yang berarti bahwa variabel *Customer Satisfaction* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *Customer Loyalty*.

Kesimpulan pada penelitian ini adalah : *Green product interest* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* terhadap produk *The Body Shop* ; *Customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* terhadap produk *The Body Shop*.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ABSTRACT

Paulus Edward / 26100260 / 2015 / Effect of Green Product Interest and Customer Satisfaction The Body Shop To Customer Loyalty / Rita Eka S. S.E ., M.M.

Currently many consumers want products that are natural and recyclable and environmentally friendly (Green Product Cosmetics). This is because, public awareness of the importance of preserving the environment caused by the presence of great concern the possibility of environmental disaster that threatens not only health, but to the human survival and offspring. The most effective way among others is to make purchases on the products that are environmentally friendly. Company wise measure customer satisfaction on a regular basis, because it is one of the keys to customer retention. Satisfied customers generally remain loyal longer, buy more latest product of the company, speak positively to others about the company and its products,

Green product interest is defined as a level of interest that consumers have towards a green product. A consumer who has a high level of interest for a product will have an interest and curiosity in the product. Customer Loyalty is a situation that customers consistently spent the entire budget available for the purchase of products an services from the same seller. Whereas Customer Satisfaction is defined as a person's feeling of pleasure or disappointment resulting from comparing the performance arising from comparing a product's perceived performance (or outcome) against their expectations.

The method used is survey method with a questionnaire. With the object of research of consumer products The Body Shop. The sampling technique used is non-probability sampling. Data analysis techniques used on the results of the questionnaire answers are descriptive analysis, test the quality of the data consisting of validity and reliability test, normality test, and analysis of simple linear regression aiming for influence Influence of Green Product Interest The Body Shop To Customer Loyalty Through Customer Satisfaction consisting of test coefficient of determination (R^2), F test and t test.

Test the quality of the data showed that all the questions declared valid and reliable. Green Product Variable Interest has sig. 0,000 <value α (0.05) which means that the variable Green Product Interest significantly affect customer loyalty variable. Customer Satisfaction variable has a value sig. 0,000 <value α (0.05) which means that the variable Customer Satisfaction significantly affect customer loyalty variable.

The conclusion of this research are: Green product interest and significant positive effect on customer loyalty to a product of The Body Shop; Customer satisfaction and significant positive effect on customer loyalty to a product of The Body Shop.



KATA PENGANTAR

Pertama-tama rasa syukur dan terima kasih yang sangat besar kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat, kasih, rahmat, dan karunia-Nya maka penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH GREEN PRODUCT INTEREST DAN CUSTOMER SATISFACTION THE BODY SHOP TERHADAP CUSTOMER LOYALTY”** dengan cukup baik dan tepat waktu. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini dapat selesai berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada

1. Ibu Rita Eka S. S.E ., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan skripsi bagi penulis, serta memberikan saran dan kritik demi kemajuan serta keberhasilan di dalam proses penyusunan skripsi ini.
2. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mengajar dengan baik dan memberikan ilmu pengetahuan yang berarti kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan S1 ini.
3. Kedua orang tua dan kepada saudara kandung yang selalu memberikan semangat dan motivasi serta dukungan baik moral dan materil yang sangat membantu penulis.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4. Serta kepada seluruh teman - teman yang selalu membantu memberikan motivasi, serta informasi dan nasehat yang berguna bagi penulis : Frieska Suwandi, Jason Malcom, Kevin Irawan, Michael Conrad, Wilson Cahyadi, Samuel Ery dan kepada seluruh teman - teman yang tidak dapat penulis sebutkan satu - persatu.

© Hak cipta milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

5. Pihak-pihak lain yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan satu per satu, terima kasih semuanya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna sebagai suatu karya ilmiah. Oleh karena itu, dengan segala rasa hormat dan kerendahan hati, penulis mengharapkan saran dari para pembaca dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca serta pihak-pihak yang bersangkutan lainnya.

Jakarta, Agustus 2015

Penulis

Paulus Edward

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	V
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB 1 Pendahuluan	1
A. Latar belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Rumusan Masalah.....	4
D. Batasan Penelitian	4
E. Tujuan Penelitian.....	5
F. Manfaat Penelitian.....	5
BAB 2 LANDASAN TEORITIS dan KERANGKA PEMIKIRAN.....	5
A. Landasan teoritis	5
1. <i>Customer satisfaction</i>	6
2. <i>Customer loyalty</i>	12
3. <i>Green product interest</i>	15
B. Penelitian terdahulu.....	17
C. Kerangka pemikiran.....	18
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	21
A. Obyek Penelitian	21
B. Metode Penelitian	22
C. Variabel Penelitian	22
1. Variabel bebas (<i>independent variable</i>).....	22
2. Variabel terikat (<i>dependent variable</i>).....	23
3. Variabel mediasi (<i>moderating variable</i>).....	25
D. Teknik Pengumpulan data	26
E. Teknik Pengambilan sampel	26
F. Teknik Analisis data	27
1. Analisis Deskriptif	27
a. Rata-rata.....	27
b. Rentang Skala.....	28
2. Uji Kualitas Data	29
a. Uji Validitas.....	29
b. Uji Reliabilitas.....	30
3. Uji Normalitas.....	31
4. Uji Hipotesis.....	31
a. Koefisien Determinasi (R^2).....	32
b. Uji F.....	32
c. Uji t.....	33
(1) Variabel <i>Green Product Interest</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> ..	33





	(2) Variabel <i>Green Product Interest</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	33
	(3) Variabel <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	33
BAB 4	HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	34
A.	Gambaran Umum Perusahaan.....	35
1.	Sejarah The Body Shop.....	35
B.	Analisis Profil responden	36
1.	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
2.	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	37
3.	Profil Responden Berdasarkan Pembelian dalam Satu bulan.....	38
C.	Analisis Data.....	38
1.	Uji Kualitas Data.....	39
a.	Uji Validitas.....	39
	(1) Uji Validitas <i>Green Product Interest</i>	39
	(2) Uji Validitas <i>Customer Satisfaction</i>	40
	(3) Uji Validitas <i>Customer Loyalty</i>	40
b.	Uji Reliabilitas.....	41
	(1) Uji Reliabilitas <i>Green Product Interest</i>	41
	(2) Uji Reliabilitas <i>Customer Satisfaction</i>	42
	(3) Uji Reliabilitas <i>Customer Loyalty</i>	42
2.	Analisis Deskriptif Data Kuesioner.....	43
a.	<i>Green Product Interest</i>	43
b.	<i>Customer Satisfaction</i>	43
c.	<i>Customer Loyalty</i>	44
3.	Uji Normalitas.....	45
a.	Pengaruh <i>Green Product Interest</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	45
b.	Pengaruh <i>Green Product Interest</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	46
c.	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	47
4.	Uji Hipotesis.....	48
a.	Pengaruh <i>Green Product Interest</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	48
	(1) Koefisien Determinasi (R^2).....	48
	(2) Uji F.....	48
	(3) Uji t.....	50
b.	Pengaruh <i>Green Product Interest</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	51
	(1) Koefisien Determinasi (R^2).....	51
	(2) Uji F.....	52
	(3) Uji t.....	53
c.	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	54
	(1) Koefisien Determinasi (R^2).....	54
	(2) Uji F.....	55
	(3) Uji t.....	56
D.	Hasil Penelitian.....	58
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN	60
A.	Kesimpulan	60
B.	Saran	60

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	64

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	: Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1	: Operasional Variabel <i>Green Product Interest</i>	37
Tabel 3.2	: Operasional Variabel <i>Customer Loyalty</i>	37
Tabel 3.3	: Operasional Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	37
Tabel 4.1	: Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.2	: Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	37
Tabel 4.3	: Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian dalam Satu bulan.....	38
Tabel 4.4	: Hasil Uji Validitas <i>Green Product Interest</i>	39
Tabel 4.5	: Hasil Uji Validitas <i>Customer Satisfaction</i>	40
Tabel 4.6	: Hasil Uji Validitas <i>Customer Loyalty</i>	40
Tabel 4.7	: Hasil Uji Reliabilitas <i>Green Product Interest</i>	41
Tabel 4.8	: Hasil Uji Reliabilitas <i>Customer Satisfaction</i>	42
Tabel 4.9	: Hasil Uji Reliabilitas <i>Customer Loyalty</i>	42
Tabel 4.10	: Hasil Analisis Deskriptif Pernyataan <i>Green Product Interest</i>	43
Tabel 4.11	: Hasil Analisis Deskriptif Pernyataan <i>Customer Satisfaction</i>	43
Tabel 4.12	: Hasil Analisis Deskriptif Pernyataan <i>Customer Loyalty</i>	44
Tabel 4.13	: Hasil Uji Normalitas <i>Green Product Interest</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	45
Tabel 4.14	: Hasil Uji Normalitas Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	46
Tabel 4.15	: Hasil Uji Multikolinearitas.....	47
Tabel 4.16	: Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	48
Tabel 4.17	: Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	48
Tabel 4.18	: Hasil Uji F.....	49

Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 4.19: Hasil Uji t.....

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Model Penelitian..... 19

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.