

**PENGARUH PEMASARAN HIJAU TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN MELALUI CITRA MEREK SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI PADA KONSUMEN
LAYANAN GOJEK DI JAKARTA
UTARA**

Oleh:

Nama: Ryo Finendro

NIM: 74200204

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Program Studi Administrasi Bisnis

Konsentrasi Bisnis Digital



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Februari 2024

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

Hak Cipta Diliindungi 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 PEMASARAN HIJAU TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA KONSUMEN LAYANAN GOJEK DI JAKARTA UTARA

Diajukan Oleh:

Nama : Ryo Finendro

NIM : 74200204

Jakarta, Februari 2024

Disetujui Oleh:

Pembimbing

(Rizqy Aziz Basuki, S.A.B., M.AB)

**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE
JAKARTA 2024**

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.



ABSTRAK

Ryo Finendro/ 74200204/ Pengaruh Pemasaran Hijau terhadap Loyalitas Konsumen melalui Citra Merek sebagai variable Mediasi pada Konsumen Layanan Gojek DI Jakarta Utara / Dosen Pembimbing: Rizqy Aziz Basuki, S.A.B., M.AB.

Jakarta Utara, sebagai pusat kegiatan ekonomi dan transportasi di Indonesia, mengalami pertumbuhan pesat dan transformasi signifikan. Dengan kemudahan akses tersebut pengguna ojek Online. Khususnya layanan ojek Online yang disediakan oleh Gojek, telah menjadi salah satu opsi transportasi yang paling populer di kalangan warga Jakarta Utara. Sementara itu Jakarta Utara juga menghadapi isu serius terkait polusi udara yang memperparah kondisi lingkungan. Dalam penelitian melibatkan analisis terhadap dampak pemasaran hijau terhadap loyalitas konsumen melalui citra merek perusahaan Gojek, dengan harapan dapat memastikan adanya pengaruh pemasaran hijau terhadap loyalitas konsumen dengan citra merek sebagai variabel mediasi.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah pemasaran hijau, citra merek, loyalitas pelanggan. Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi 3 yakni variabel independen, variabel dependen dan variabel mediasi. Pada penelitian ini variabel independennya adalah Pemasaran Hijau, variabel dependennya adalah Loyalitas Pelanggan, variabel mediasi adalah citra merek.

Metode yang digunakan dalam riset ini adalah kuantitatif dengan membagikan angket kepada responden yang telah memenuhi syarat tertentu. Teknik pengambilan sampel riset ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan jenis metode *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam riset ini adalah 120 responden. Objek riset penelitian ini adalah perusahaan Gojek sebagai penyedia layanan transportasi. Metode pengumpulan data dengan bantuan kuesioner melalui google form. Teknik analisis data yang digunakan ialah Structural Equation Model (SEM) dengan pendekatan Partial Least Square (PLS).

Penelitian ini membuktikan bahwa pemasaran hijau memberikan pengaruh terhadap loyalitas konsumen. Dan pemasaran hijau memiliki pengaruh signifikan terhadap citra merek. Namun citra merek tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas. Dan citra merek juga tidak memberikan pengaruh signifikan sebagai mediasi pada pemasaran hijau terhadap loyalitas konsumen.

Kesimpulan penelitian ini adalah Citra merek tidak memberikan pengaruh signifikan sebagai mediasi pada pemasaran hijau terhadap loyalitas konsumen layanan Gojek di Jakarta Utara.

Kata Kunci: Pemasaran Hijau, Citra Merek, Loyalitas Konsumen



ABSTRACT

Ryo Finendro/ 74200204/ The effect of Green Marketing on Customer Loyalty through Brand Image as a Mediating variable on Gojek Service Consumers in North Jakarta. / Supervisor: Rizqy Aziz Basuki, S.A.B., M.AB.

North Jakarta, as the center of economic and transportation activities in Indonesia, is experiencing rapid growth and significant transformation. With this easy access for Online motorcycle taxi users. In particular, the Online motorcycle taxi service provided by Gojek has become one of the most popular transportation options among North Jakarta residents. Meanwhile, North Jakarta is also facing serious issues related to air pollution which is worsening environmental conditions. The research involves analyzing the impact of green marketing on consumer loyalty through the Gojek company brand image, with the hope of ensuring the influence of green marketing on consumer loyalty with brand image as a mediating variable.

The theory used in this research is green marketing, brand image, customer loyalty. The variables in this research are divided into 3, namely independent variables, dependent variables and mediating variables. In this research the independent variable is Green Marketing, the dependent variable is Customer Loyalty, the mediating variable is brand image.

The method used in this research is quantitative by distributing questionnaires to respondents who have met certain requirements. This research sampling technique uses non-probability sampling with a purposive sampling method. The sample used in this research was 120 respondents. The research object of this research is the Gojek company as a transportation service provider. Data collection method with the help of a questionnaire via Google Form. The data analysis technique used is the Structural Equation Model (SEM) with the Partial Least Square (PLS) approach.

This research proves that green marketing has an influence on consumer loyalty. And green marketing has a significant influence on brand image. However, brand image does not have a significant influence on loyalty. And brand image also does not have a significant mediating influence on green marketing on consumer loyalty.

The conclusion of this research is that brand image does not have a significant mediating influence on green marketing on consumer loyalty for Gojek services in North Jakarta.

Keywords: Green Marketing, Customer Loyalty, Brand Image



KATA PENGANTAR

Puji serta syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat serta rahmat dan mukjizat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu dengan judul skripsi "Pengaruh Pemasaran Hijau Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi Pada Konsumen Layanan Gojek Di Jakarta Utara" melalui penulisan skripsi ini penulis dapat memenuhi syarat kelulusan dalam memperoleh gelar Program Sarjana (S1) Jurusan Administrasi Bisnis di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam melakukan penelitian ini, Penulis menyadari adanya banyak pihak yang memberikan dukungan serta bantuan. Oleh karena itu, dengan penuh rasa terima kasih dan penghargaan, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua yang telah membimbing dan memberikan dukungan selama penulis menyelesaikan tugas akhir ini.

1. Bapak Rizqy Aziz Basuki, S.AB., M.AB., yang berperan sebagai dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan, bantuan serta mengorbankan waktu untuk membantu menuntun penulis dan teman-teman seperjuangan dengan rendah hati selama bimbingan dalam penyusunan skripsi agar penulisan skripsi ini dapat selesai secepatnya.
2. Seluruh dosen pada Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang tidak dapat disebutkan satu per satu, kepada Dosen yang telah memberikan penulis ilmu selama menjalankan proses perkuliahan.
3. Orang tua, sahabat penulis, dan teman-teman lainnya yang telah menemani dan mendukung penulis sampai penyusunan skripsi selesai.



penulis menyadari dalam penyusunan penelitian ini masih banyak kelemahan, baik isi maupun tata bahasa dalam penulisan skripsi ini. Maka dari itu penulis mengucapkan permohonan maaf apabila terdapat kesalahan serta kekurangan dalam hasil skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif dan bermanfaat bagi pembaca.

Jakarta, 20 Februari 2024

Peneliti,

Ryo Finendro

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.....	ii
ABSTRACT.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Batasan Penelitian	8
1.5 Rumusan Masalah.....	9
1.6 Tujuan Penelitian	9
1.7 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Pengertian Pemasaran Hijau	11
2.1.2 Tujuan Pemasaran Hijau.....	12
2.1.3 Indikator Dalam Pemasaran Hijau	13
2.1.5 Pengertian Citra Merek.....	13
2.1.8 Faktor Pembentuk Citra Merek.....	14
2.1.9 Indikator Citra Merek.	15
2.1.10 Pengertian Loyalitas Konsumen	16
2.1.11 Faktor-faktor Loyalitas Konsumen	16
2.1.12 Indikator Loyalitas Konsumen.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Pemikiran.....	22
2.3.1 Hubungan Pemasaran Hijau terhadap Citra Merek.....	22
2.3.2 Hubungan Pemasaran Hijau terhadap Loyalitas Konsumen.....	23
2.3.3 Hubungan Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen.....	23



2.3.4	Hubungan Pemasaran Hijau Terhadap Loyalitas Konsumen dimediasi Citra Merek	24
-------	--	----

2.4	Hipotesis	25
-----	-----------------	----

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	26
---------	-----------------------------	----

3.1	Objek Penelitian.....	26
-----	-----------------------	----

3.2	Desain Penelitian	26
-----	-------------------------	----

3.3	Variabel Penelitian.....	26
-----	--------------------------	----

3.3.1	Variabel Independen	26
-------	---------------------------	----

3.3.2	Variabel Mediasi.....	28
-------	-----------------------	----

3.3.3	Variabel Dependen.....	29
-------	------------------------	----

3.4	Populasi dan Sampel.....	30
-----	--------------------------	----

3.4.1	Populasi.....	30
-------	---------------	----

3.4.2	Sampel	30
-------	--------------	----

3.4	Teknik Pengambilan Sampel	31
-----	---------------------------------	----

3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	32
-----	------------------------------	----

3.6	Teknik Analisis Data.....	33
-----	---------------------------	----

3.6.1	Analisis Deskriptif	34
-------	---------------------------	----

3.6.2	Partial Least Square	34
-------	----------------------------	----

3.6.3	Outer Model.....	35
-------	------------------	----

3.6.4	Inner Model.....	36
-------	------------------	----

BAB IV	HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	38
--------	-------------------------------------	----

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	38
-----	-------------------------------------	----

4.2	Analisis Deskriptif	39
-----	---------------------------	----

4.2.1	Gambaran Umum Responden.....	39
-------	------------------------------	----

4.2.2	Analisis Statisk Deskriptif Variabel.....	41
-------	---	----

4.3	Hasil Penelitian	50
-----	------------------------	----

4.3.1	Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	50
-------	---	----

4.3.2	Evaluasi Model Struktural	56
-------	---------------------------------	----

BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	63
-------	----------------------------	----

5.1	Kesimpulan	63
-----	------------------	----

5.2	Saran	64
-----	-------------	----

DAFTAR PUSTAKA	65
----------------------	----

LAMPIRAN.....	69
---------------	----



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.2	Pengukuran Variabel Pemasaran Hijau	26
Tabel 3.3	Pengukuran Variabel Citra Merek	28
Tabel 4.4	Pengukuran Variabel Loyalitas Konsumen	29
Tabel 4.5	Tabel skala Likert	33
Tabel 4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Umur	40
Tabel 4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan status pekerjaan.....	41
Tabel 4.4	Analisis Statistik Deskriptif Pemasaran Hijau.....	41
Tabel 4.5	Analisis Statistik Deskriptif Citra Merek	44
Tabel 4.6	Analisis Statistik Deskriptif Loyalitas Konsumen.....	47
Tabel 4.7	Uji Validitas Konvergen Pertama	51
Tabel 4.8	Uji Validitas Konvergen Kedua.....	52
Tabel 4.9	Uji Validitas Konvergen Ketiga	53
Tabel 4.10	Nilai Average Variance Extracted	54
Tabel 4.11	Nilai Cross Loadings	55
Tabel 4.12	Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	56
Tabel 4.13	Nilai Koefisiensi Determinasi (R^2)	57
Tabel 4.14	Uji Koefisien Jalur dan Hipotesis	57
Tabel 4.15	Uji Koefisien Jalur dan Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung.....	58

© Hak Cipta Milik BIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Mode Transportasi Yang Paling Sering Digunakan.....	1
Gambar 1.2	Proporsi Sumber Polusi Udara di Jabodetabek	2
Gambar 1.3	Layanan Ojek Online Pilihan Masyarakat Indonesia.....	3
Gambar 1.4	Persentase Pengguna Fitur Layanan Gojek.....	4
Gambar 1.5	Kampanye Pemasaran Hijau Gojek	5
Gambar 1.6	Kerjasama Gojek Dengan Gororo Untuk Penggunaan Motor Listrik.....	6



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	69
Lampiran 2 Hasil Jawaban Kuesioner 120 Responden.....	74
Lampiran 3 Jenis Kelamin Responden	83
Lampiran 4 Usia Responden.....	83
Lampiran 5 Status Pekerjaan Responden.....	84
Lampiran 6 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Pemasaran Hijau.....	84
Lampiran 7 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Citra Merek.....	86
Lampiran 8 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Loyalitas Konsumen	89
Lampiran 9 Hasil Uji Validitas Konvergen Pertama	91
Lampiran 10 Hasil Uji Validitas Konvergen Kedua.....	92
Lampiran 11 Hasil Uji Validitas Konvergen Ketiga.....	92
Lampiran 12 Hasil Uji <i>Cronbach's Alpha</i> , <i>Composite Reliability</i> dan AVE	93
Lampiran 13 Hasil Cross Loadings.....	93
Lampiran 14 Hasil nilai R Square.....	94
Lampiran 15 Hasil <i>Path Coefficient</i>	94
Lampiran 16 Hasil <i>Indirect Effects</i>	94
Lampiran 17 Hasil Pengujian.....	95
Lampiran 18 Hasil Turnitn	96

Copyright © Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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