



**PENGARUH *GREEN MARKETING*, *PACKAGING* DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI
KEPUASAN KONSUMEN PADA ES TEH INDONESIA KUDUS**

Skripsi

Disusun Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh

Esti Eka Damayanti

NIM 2019-11-301

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**



**PENGARUH *GREEN MARKETING*, *PACKAGING* DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI
KEPUASAN KONSUMEN PADA ES TEH INDONESIA KUDUS**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Diajukan oleh:
Esti Eka Damayanti
2019-11-301

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

PERSETUJUAN PENGESAHAN

PENGARUH *GREEN MARKETING*, *PACKAGING* DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN PADA ES TEH INDONESIA KUDUS

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan di hadapan Tim Penguji Ujian
Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

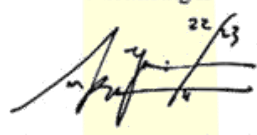
Tanggal...*23 November 2023*.....

Pembimbing I




Nurul Rizka Arumsari, S. E., M. M
NIDN. 0628048702

Pembimbing II



Rozaq M. Yasin, S. E., M. E. K
NIDN. 0610019601

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



Neor Indah Rahmawati, S. E., M. M
NIDN. 0024037701

**PENGARUH *GREEN MARKETING*, *PACKAGING* DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI
KEPUASAN KONSUMEN PADA ES TEH INDONESIA KUDUS**

Nama : Esti Eka Damayanti
NIM : 2019-11-301
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 20 Des 2023

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.)
NIDN. 0024037701

Pembimbing I



(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.)
NIDN. 0628048702

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Dr. Kertati Sumekar, S. E., M. M.)
NIDN. 0616077304

Pembimbing II



(Rozaq M. Yasin, S. E., M. E. K.)
NIDN. 0610019601

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

Inna ma'al-'usri yusrā

“ Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.” - QS. Al-Insyirah: 6

“Hidup bukan saling mendahului, bermimpilah sendiri- sendiri” – Hindia.

“Jangan takut jatuh, karena yang tidak pernah memanjatlah yang tidak pernah jatuh” – Hamka.

Persembahan:

Orang tua dan keluarga

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul **“PENGARUH *GREEN MARKETING*, *PACKAGING* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA ES TEH INDONESIA KUDUS”**. Penyusunan skripsi ini guna memenuhi tugas akhir strata satu Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Pada penulisan skripsi ini tidak lepas dari berbagai pihak yang telah membantu. Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si, selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S. E., M. M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S. E., M. M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
4. Nurul Rizka Arumsari, S. E., M. M., selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan nasehat bagi segala kebingungan saya dalam mengerjakan skripsi ini.
5. Rozaq M. Yasin, S. E., M. E. K., selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan kritik substansi dalam penelitian skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

7. Pimpinan dan Karyawan Es Teh Indonesia Kudus yang telah memberi kesempatan dalam proses penelitian.
8. Teristimewa kepada orang tua saya dan adik yang saya cintai yang telah memebrikan motivasi, mendoakan dan memberi dukungan berupa materi maupun non materi.
9. Sania Lisa Rahmawati yang selalu memberi semangat dan motivasi sekaligus selama pengerjaan skripsi ini.
10. Dwi Setyowati, Akmilana, dan Ibnu Mas'ud yang telah berjasa selama masa perantauan.
11. Intan Nikhayatun Ni'malia, Ryan Indra Maulana, Chrisyanto Apriyadi, Muhammad Widhi Nugraha dan Sukmawandi yang telah menghibur sekaligus menjadi teman *healing* di sela- sela pengerjaan skripsi ini.

Tidak lupa penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu penulis berharap dapat diberikan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Kudus, 2023
Penulis

Esti Eka Damayanti
NIM. 2019-11-301

**PENGARUH *GREEN MARKETING*, *PACKAGING* DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI
KEPUASAN KONSUMEN PADA ES TEH INDONESIA KUDUS**

ESTI EKA DAMAYANTI
2019-11-301

Pembimbing: 1. Nurul Rizka Arumsari, S. E., M. M.
2. Rozaq M. Yasin, S. E., M. E. K.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *green marketing*, *packaging* dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen pada Es Teh Indonesia Kudus. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen Es Teh Indonesia Kudus. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* sehingga menghasilkan sampel sebanyak 150 responden. Analisis data menggunakan analisis SEM AMOS v.24. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *green marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, *packaging* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, *green marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, *packaging* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Kepuasan konsumen mampu memediasi pengaruh *green marketing* terhadap loyalitas konsumen. Kepuasan konsumen mampu memediasi pengaruh *packaging* terhadap loyalitas konsumen. Kepuasan konsumen mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen

Kata kunci: *green marketing*, *packaging*, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen.

***EFFECT OF GREEN MARKETING, PACKAGING AND SERVICE
QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH CONSUMER
SATISFACTION IN ES TEH INDONESIA KUDUS***

ESTI EKA DAMAYANTI
2019-11-301

Advisor: 1. Nurul Rizka Arumsari, S. E., M. M.
2. Rozaq M. Yasin, S. E., M. E. K.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
MANAGEMENT STUDY PROGRAM**

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of green marketing, packaging and service quality on consumer loyalty through consumer satisfaction with Kudus Indonesian Ice Tea. The population in this study were consumers of Kudus Indonesian Ice Tea. The sampling technique used purposive sampling to produce a sample of 150 respondents. Data analysis used SEM AMOS v.24 analysis. Based on the research results, it shows that green marketing has a positive and significant effect on consumer satisfaction, packaging has a positive and significant effect on consumer satisfaction, service quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction, green marketing has a positive and significant effect on consumer loyalty, packaging has a positive and significant effect on consumer loyalty, service quality has a positive and significant effect on consumer loyalty, consumer satisfaction has a positive and significant effect on consumer loyalty. Consumer satisfaction is able to mediate the influence of green marketing on consumer loyalty. Consumer satisfaction is able to mediate the influence of packaging on consumer loyalty. Consumer satisfaction is able to mediate the influence of service quality on consumer loyalty.

Keyword: green marketing, packaging, service quality, consumer satisfaction, consumer loyalty.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUTAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup	8
1.3 Perumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.5.2 Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSAKA	12
2.1 Loyalitas konsumen.....	12
2.1.1 Pengertian Loyalitas konsumen	12
2.1.2 Faktor- faktor yang Memengaruhi Loyalitas konsumen.....	13
2.1.3 Indikator Loyalitas konsumen	14
2.2 Kepuasan Konsumen	15
2.2.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	15
2.2.2 Faktor- faktor yang Memengaruhi Kepuasan Konsumen.....	16
2.2.3 Indikator Kepuasan Konsumen.....	17
2.3 <i>Green Marketing</i>	18
2.3.1 Pengertian <i>Green Marketing</i>	18

2.3.2	Komponen <i>Green Marketing</i>	19
2.3.3	Indikator <i>Green Marketing</i>	20
2.4	<i>Packaging</i>	21
2.4.1	Pengertian <i>Packaging</i>	21
2.4.2	Tujuan <i>Packaging</i>	22
2.4.3	Jenis-jenis <i>Packaging</i>	23
2.4.4	Indikator <i>Packaging</i>	24
2.5	Kualitas Pelayanan	24
2.5.1	Pengertian Kualitas Pelayanan.....	24
2.5.1	Indikator Kualitas Pelayanan	25
2.6	Pengaruh Antar Variabel	26
2.6.1	Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap Kepuasan Konsumen.....	26
2.6.2	Pengaruh <i>Packaging</i> terhadap Kepuasan Konsumen	26
2.6.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	27
2.6.4	Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap Loyalitas konsumen.....	27
2.6.5	Pengaruh <i>Packaging</i> terhadap Loyalitas konsumen	28
2.6.6	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas konsumen	28
2.6.7	Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas konsumen	29
2.7	Penelitian Terdahulu.....	29
2.8	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	32
2.9	Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN.....		34
3.1	Rancangan Penelitian	34
3.2	Variabel Penelitian	34
3.2.1	Jenis Variabel.....	34
3.2.2	Definisi Operasional Variabel	35
3.3	Jenis dan Sumber Data	37
3.3.1	Jenis Data.....	37
3.3.2	Sumber Data	38
3.4	Populasi dan Sampel.....	38
3.4.1	Populasi.....	38

3.4.2	Sampel	39
3.5	Pengumpulan Data.....	40
3.6	Uji Instrumen Penelitian.....	40
3.6.1	Uji Validitas.....	41
3.6.2	Uji Reliabilitas	42
3.7	Pengolahan Data.....	42
3.7.1	<i>Scoring</i>	42
3.7.2	<i>Editing</i>	42
3.7.3	<i>Tabulating</i>	42
3.7.4	<i>Coding</i>	43
3.8	Analisis Data	43
3.9	Uji Normalitas	48
3.10	Uji Outliers	48
3.11	Uji Hipotesis.....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		49
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	49
4.1.1	Profil Es Teh Indonesia.....	49
4.1.2	Visi dan Misi Es Teh Indonesia.....	50
4.2	Penyajian Data.....	50
4.2.1	Karakteristik Responden.....	50
4.2.2	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian	53
4.3	Uji Instrumen Penelitian.....	57
4.3.1	Uji Validitas.....	57
4.3.2	Uji Reliabilitas	60
4.4	Analisis Data	60
4.4.1	Uji Normalitas Data.....	61
4.4.2	Uji <i>Outliers</i>	62
4.4.3	Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>) Eksogen dan Endogen.....	62
4.4.4	Analisis Konfirmatori <i>Full Measurement Model</i>	67
4.4.5	Analisis <i>Structural Equation Modelling (SEM) Full Model</i>	70

4.4.6	Analisis <i>Squared Multiple Correlation</i>	72
4.4.7	Uji Hipotesis	73
4.4.8	Pengaruh Langsung (<i>Direct</i>) dan Pengaruh Tidak Langsung (<i>Indirect</i>)	77
4.4.9	Uji Mediasi	78
4.5	Pembahasan	79
BAB V PENUTUP.....		89
5.1	Kesimpulan.....	89
5.2	Saran	90
DAFTAR PUSTAKA		93
LAMPIRAN		98

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Grafik Komposisi Sampah se-Karesidenan Pati	3
Gambar 1.2 <i>Packaging</i> Es Teh Indonesia	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	63
Gambar 4.1 Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen	64
Gambar 4.2 Analisis Konfirmatori Variabel Endogen.....	67
Gambar 4.3 <i>Full Measurement</i> Model Sebelum Perbaikan.....	69
Gambar 4.4 <i>Full Measement</i> Model Setelah Perbaikan.....	70
Gambar 4.5 Analisis Konfirmatori <i>Full Model</i>	72

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Komposisi Jenis Sampah Nasional Periode 2022	2
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Lokasi	51
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Penghasilan Bulanan	53
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian.....	54
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Green Marketing</i> (X_1).....	55
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Packaging</i> (X_2)	55
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (X_3)....	56
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen (Z)	57
Tabel 4.10 Deskripsi Variabel Loyalitas Konsumen (Y).....	57
Tabel 4.11 Hasil <i>Convergent Validity</i>	59
Tabel 4.12 Uji <i>Variance Extracted</i> (AVE)	60
Tabel 4.13 Uji <i>Construct Reliability</i>	60
Tabel 4.14 Uji <i>Discriminant Validity</i>	61
Tabel 4.15 Uji Normalitas Data	62
Tabel 4.16 Uji <i>Outlier</i>	63
Tabel 4.17 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Eksogen.....	65
Tabel 4.18 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen	66
Tabel 4.19 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Endogen	67
Tabel 4.20 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen	68
Tabel 4.21 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices Full Measurement Model</i>	69
Tabel 4.22 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices Full Measurement Model</i>	71
Tabel 4.23 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices Full Model</i>	72
Tabel 4.24 <i>Standardized Regression Weights</i>	73
Tabel 4.25 Koefisien Determinasi (<i>Squared Multiple Correlation</i>)	74
Tabel 4.26 <i>Regression Weights</i>	75
Tabel 4.27 Hasil Estimasi <i>Direct Effect Standardized Regression Weights</i>	78
Tabel 4.28 Hasil Estimasi <i>Indirect Effect</i> dan <i>Total Effect</i>	79