



**PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER*
SATISFACTION PADA KONSUMEN GODONGSALAM
ECOPRINT KUDUS**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

FATIMATUS ZAHROK

NIM: 202011011

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



**PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER*
SATISFACTION PADA KONSUMEN GODONGSALAM
ECOPRINT KUDUS**

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

Oleh :

FATIMATUS ZAHROK

NIM. 202011011

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

**PENGARUH GREEN MARKETING DAN BRAND IMAGE TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY MELALUI CUSTOMER SATISFACTION PADA
KONSUMEN GODONGSALAM ECOPRINT KUDUS**

Nama : Fatimatus Zahrok

NIM : 202011011

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

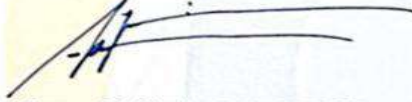
Kudus,.....

Pembimbing I



(Mira Meilia Marka, S.E., M.M)
NIDN. 0606058801

Pembimbing II



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

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen



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

**PENGARUH GREEN MARKETING DAN BRAND IMAGE TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY MELALUI CUSTOMER SATISFACTION PADA
KONSUMEN GODONGSALAM ECOPRINT KUDUS**

Nama : Fatimatus Zahrok

NIM : 202011011

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,.....

Mengetahui

Ketua Program Studi



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

Pembimbing I



(Mira Meilia Marka, S.E., M.M)
NIDN. 0606058801

Mengetahui

Dekan



(Dr. I Ketati Sumekar, S.E., M.M)
NIDN. 0616077304

Pembimbing II



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

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(QS. Al-Baqarah:286)

PERSEMBAHAN :

Skripsi ini saya persembahkan untuk

1. Ibu saya yang selalu memberikan dukungan, doa dan kasih sayang yang tak pernah henti.
2. Diri saya sendiri, yang telah berjuang hingga sampai pada titik ini.
3. Almamater Universitas Muria Kudus.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga pada kesempatan ini penulis menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Green Marketing* Dan *Brand Image* Terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Customer Satisfaction* Pada Godongsalam Ecoprint Kudus” dapat diselesaikan. Penulis skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak sejak masa perkuliahan hingga masa penyusunan skripsi, sulit untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada berbagai pihak, yang terhormat 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. Mira Meilia Marka, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing 1 saya yang sudah bersabar membimbing saya, dan meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan untuk penyusunan skripsi saya.
5. Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K selaku Dosen Pembimbing 2 saya yang telah memberikan waktu dan arahan dengan penuh kesabaran dalam membimbing

6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang membekali ilmu, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
7. Helma Susanti., S.E selaku pemilik Godongsalam Ecoprint yang ikut serta membantu dan meluangkan waktu dalam proses wawancara hingga penelitian.
8. Ibu saya yang telah memberikan dukungan, semangat dan doa untuk saya.
9. Teman seperjuangan selama perkuliahan dari semester 1 sampai 8 Egi, Ferina, Linda, Nabila, Adila, Asri, Eni, Aisya, Malinda, Neila, Sifa dan teman lain yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.
10. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuannya dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk mnyempurnakan skripsi ini. Penulis harap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca umumnya.

Kudus,

2024

Penulis



Fatimatus Zahrok

NIM. 202011011

**PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA
KONSUMEN GODONGSALAM ECOPRINT KUDUS**

Fatimatus Zahrok

202011011

Pembimbing : Mira Meilia Marka, S.E., M.M

: Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *green marketing* dan *brand image* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada Godongsalam Ecoprint Kudus. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 105 orang dan menggunakan Teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *green marketing* dan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada konsumen Godongsalam Ecoprint Kudus, *green marketing* dan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* pada konsumen Godongsalam Ecoprint Kudus, *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* pada konsumen Godongsalam Ecoprint Kudus. *Customer satisfaction* tidak dapat memediasi *green marketing* dan *brand image* terhadap *customer loyalty* pada konsumen Godongsalam Ecoprint Kudus.

Kata kunci: *Green marketing, brand image, customer satisfaction, customer loyalty*

**THE INFLUENCE OF GREEN MARKETING AND BRAND IMAGE ON
CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION ON
GODONGSALAM ECOPRINT KUDUS CONSUMERS**

Fatimatus Zahrok

202011011

Guidance : Mira Meilia Marka, S.E., M.M
: Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K

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

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of green marketing and brand image on customer loyalty through customer satisfaction at Godongsalam Ecoprint Kudus. This research used a quantitative method with a total of 105 respondents and used a purposive sampling technique. The results of the research show that green marketing and brand image have a positive and significant effect on customer satisfaction in Godongsalam Ecoprint Kudus consumers, green marketing and brand image have a positive and significant effect on customer loyalty in Godongsalam Ecoprint Kudus consumers, customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty in Godongsalam Ecoprint Kudus consumers. Customer satisfaction cannot mediate green marketing and brand image on customer loyalty among Godongsalam Ecoprint Kudus consumers.

Keywords: *Green marketing, brand image, customer satisfaction, customer loyalty*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	12
1.3 Rumusan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat.....	14
BAB 2	15
TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 <i>Green marketing</i>	15
2.1.2 <i>Brand Image</i>	19
2.1.3 <i>Customer Loyalty</i>	24
2.1.4 <i>Customer satisfaction</i>	27
2.2 Pengaruh Antar Variabel	30
2.3 Penelitian Terdahulu.....	33
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	37
2.5 Hipotesis	38
BAB III	39
METODE PENELITIAN.....	39

3.1	Rancangan Penelitian	39
3.2	Definisi Operasional Penelitian.....	39
3.2.1	<i>Green Marketing</i>	40
3.2.2	<i>Brand Image</i>	40
3.2.3	<i>Customer Satisfaction</i>	41
3.2.4	<i>Customer Loyalty</i>	41
3.3	Jenis dan Sumber Data	42
3.3.1	Jenis Data	42
3.3.2	Sumber Data.....	42
3.4	Penentuan Populasi dan Sampel.....	43
3.4.1	Populasi.....	43
3.4.2	Sampel.....	43
3.5	Metode Pengumpulan Data	44
3.6	Uji Instrumen.....	45
3.6.1	Uji Validitas	45
3.6.2	Uji Reliabilitas	46
3.7	Uji Normalitas.....	46
3.7.1	Uji <i>Outlier</i>	47
3.8	Pengolahan Data.....	47
3.9	Analisis Data	48
3.9.1	Uji Hipotesis	53
3.9.2	Uji Mediasi.....	53
BAB IV		54
HASIL DAN PEMBAHASAN		54
4.1	Gambaran Umum	54
4.2	Penyajian Data.....	55
4.2.1	Karakteristik Responden	55
4.2.2	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian	57
4.3	Analisis Data	62
4.3.1	Uji Instrumen	62
4.3.2	Evaluasi Asumsi SEM	64
4.3.3	Analisis Kriteria <i>Goodness Of Fit</i>	66

4.4	Pembahasan	85
4.4.1	Pengaruh <i>Green Marketing</i> Terhadap <i>Customer satisfaction</i>	85
4.4.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Customer satisfaction</i>	86
4.4.3	Pengaruh <i>Green Marketing</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	87
4.4.4	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	87
4.4.5	Pengaruh <i>Customer satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	88
4.4.6	Pengaruh <i>Green Marketing</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Melalui <i>Customer Satisfaction</i>	89
4.4.7	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Melalui <i>Customer Satisfaction</i>	90
BAB V		92
KESIMPULAN DAN SARAN		92
5.1	Kesimpulan.....	92
5.2	Saran	93
DAFTAR PUSTAKA		96
LAMPIRAN-LAMPIRAN		102

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Followers Pada Godongsalam Ecoprint	10
Tabel 3.1 <i>Goodness Of Fit Indices</i>	51
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	55
Tabel 4.2 Usia responden.....	56
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	57
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Green Marketing (X1)	58
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Brand Image (X2).....	59
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Customer satisfaction (Z)	60
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Customer Loyalty (Y)	61
Tabel 4.8 Hasil Uji Convergent Validity	62
Tabel 4.9 Uji Discriminant Validity	63
Tabel 4.10 Hasil Uji Construct Reliability.....	63
Tabel 4.11 Uji Normalitas.....	64
Tabel 4.12 Analisis Outlier	65
Tabel 4.13 Hasil Uji Goodness Of Fit Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan	67
Tabel 4.14 Hasil Uji Goodness Of Fit Variabel Eksogen Setelah Perbaikan	68
Tabel 4.15 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen	69
Tabel 4.16 Hasil Uji Goodness Of Fit Variabel Endogen Sebelum Perbaikan.....	70
Tabel 4.17 Hasil Uji Goodness Off Fit Variabel Endogen Setelah Perbaikan	71
Tabel 4.18 Analisis Konfirmatori Konstruk Variabel Endogen	72
Tabel 4.19 Uji Full Measurement goodness of fit	74
Tabel 4.20 Uji Model Goodness Of Fit.....	76
Tabel 4.21 Regression Weights: (Group number 1 - Default model).....	77
Tabel 4.22 Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model) ..	79
Tabel 4.23 Regression Weights: (Group number 1 - Default model).....	80
Tabel 4.24 Pengaruh Langsung Antar Variabel Penelitian.....	82
Tabel 4.25 Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel Penelitian	83
Tabel 4.26 Hasil Total Effect	84

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Produk Ecoprint Dalam Bentuk Sepatu, Sandal, Tas.....	6
Gambar 1.2 Data Penjualan Produk Periode Januari-Desember 2023.....	7
Gambar 1.3 Toko <i>Online</i> Godongsalam Ecoprint Di Shopee.....	9
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	37
Gambar 4.1 Hasil Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan	66
Gambar 4.2 Hasil Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen Setelah Perbaikan ..	67
Gambar 4.3 Hasil Analisis Konfirmatori Variabel Endogen Sebelum Perbaikan	70
Gambar 4.4 Hasil Analisis Konfirmatori Variabel Endogen Setelah Perbaikan .	71
Gambar 4.5 Hasil Analisis Konfirmatori <i>Full Measurement Model</i>	73
Gambar 4.6 Hasil Analisis <i>Structural Equation Modelling</i>	75

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	103
Lampiran 2 Data Responden.....	110
Lampiran 3 Hasil Output AMOS untuk Uji Validitas	114
Lampiran 4 Hasil Output AMOS untuk Asumsi SEM dan <i>Regression Weights</i>	132

