

**PENGARUH GREEN MARKETING DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN STARBUCKS
DI KOTA SAMARINDA**

SKRIPSI

**Diajukan oleh :
Ananta Kemal Ahlikil Zikri
2011102431198**



**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR**

**PENGARUH GREEN MARKETING DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN STARBUCKS
DI KOTA SAMARINDA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
S1- Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur

Diajukan oleh :
Ananta Kemal Ahlikil Zikri
2011102431198



**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR**

LEMBAR PERSETUJUAN

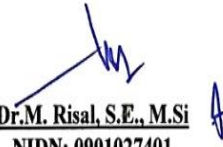
PENGARUH GREEN MARKETING DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN STARBUCKS DI KOTA SAMARINDA

SKRIPSI

Diajukan oleh:
Ananta Kemal Ahlikil Zikri
2011102431198

Disetujui untuk diujikan
Pada tanggal 24 Juni 2024

Pembimbing


Dr. M. Risal, S.E., M.Si
NIDN: 0901027401

Mengetahui,
Koordinator Skripsi


Muhammad Iqbal Pribadi, S.M., M.B.A
NIDN: 1115039601

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH GREEN MARKETING DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN STARBUCKS
DI KOTA SAMARINDA**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

**Ananta Kemal Ahlikil Zikri
NIM. 2011102431198**

Diseminarkan dan Diujikan

Pada tanggal 10 Juli 2024

Penguji I



**Istimaroh, S.E., M.M., Ph.D.
NIDN. 1126057301**

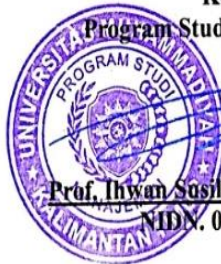
Penguji II



**Dr. M. Risal, S.E., M.Si.
NIDN. 0901027401**

**Mengetahui,
Ketua**

Program Studi S1 Manajemen



**Prof. Ihwan Sasila, S.E., M.Si., Ph.D.
NIDN. 0620107201**

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ananta Kemal Ahlikil Zikri
NIM : 2011102431198
Program Studi : SI Manajemen
Jenis Penelitian : Pengaruh Green Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Starbucks Di Kota Samarinda

Menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiasi/falsifikasi/fabrikasi baik sebagian atau seluruhnya.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam skripsi saya ini, atau klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Samarinda, 10 Juli 2024
Yang membuat pernyataan


Ananta Kemal Ahlikil Zikri
NIM: 2011102431198

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan *green marketing* dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen Starbucks di kota Samarinda. Jenis penelitian ini menggunakan data primer dengan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang membeli produk Starbucks lebih dari 2 kali pembelian di Starbucks Samarinda Jalan S. Parman. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 211 orang dengan metode penyebaran menggunakan kuesioner melalui goggle form. Uji yang digunakan pada penelitian ini menggunakan alat analisis Smart PLS versi 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Green Marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Konsumen Starbucks. Kualitas Produk juga berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Konsumen Starbucks. Kemudian, hasil juga menunjukkan bahwa *Green Marketing* dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen Starbucks di Kota Samarinda.

Kata kunci : *Green Marketing*, Kualitas Produk, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

This research aims to examine the relationship between green marketing and product quality on Starbucks consumer loyalty in the city of Samarinda. This type of research uses primary data with a quantitative approach. The analysis technique used in this research is descriptive analysis technique. The population used in this research were customers who purchased Starbucks products more than twice at Starbucks Samarinda Jalan S. Parman. The sample used in this research was 211 people with the distribution method using a questionnaire via goggle form. The test used in this research uses the Smart PLS version 3 analysis tool. The research results show that Green Marketing has a significant positive effect on Starbucks Consumer Loyalty. Product quality also has a significant positive effect on Starbucks consumer loyalty. Then, the results also show that Green Marketing and Product Quality have a significant effect on Starbucks Consumer Loyalty in Samarinda City.

Keywords: green marketing, product quality, consumer loyalty

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, hidayah dan karunia-Nya serta shalawat dan salam kepada junjungan besar Nabi Muhammad SAW beserta para pengikutnya hingga akhir zaman, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Green Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Loyalty Konsumen Starbucks di kota Samarinda”.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan nasehat serta pengarahan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada :

1. Bapak Dr. Muhammad Musiyam, M.T selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.
2. Bapak Prof. Drs. M. Farid Wajdi, M.M., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis dan Politik Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.
3. Bapak Ikhwan Susila, S.E., Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.
4. Bapak Dr. M. Risal, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah ikhlas dan tulus serta berkenan meluangkan waktu, pikiran dan tenaga untuk mengarahkan serta membimbing penulis dari awal sampai akhir penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Istimaroh, S.E., Ph.D selaku dosen penguji I yang telah ikhlas dan tulus serta berkenan meluangkan waktu pikiran dan tenaga.
6. Kedua orang tua tercinta Bapak Helly Yusuf dan Ibu Rusmiyanti terimakasih atas doa dan kasih sayangnya kepada penulis serta telah membantu saya selama ini. Terima kasih selalu berjuang untuk kehidupan saya, serta Kakak-Kakak saya Wenanda Anugrah Kasita dan Helmi Suryanata.
7. Seluruh Bapak, Ibu Dosen dan staff Administrasi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur, atas ilmu dan dedikasi yang telah diberikan pada penulis.
8. Teman-teman seperbimbingan dan seperjuangan atas dukungan, motivasi dan bantuan yang telah diberikan selama melakukan penelitian tugas akhir ini.
9. Dan semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas doa, bantuan serta dukungan yang diberikan kepada penulis.

Akhir kata, penulis menerima segala kritik dan saran yang dapat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini, dengan besar harapan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan dapat menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan Karunia-Nya dan membalas segala kebaikan pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Wassalamu’alaikum wr wb.

Samarinda, 10 Juli 2024

Penyusun,

Ananta Kemal Ahlikil Zikri

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I.....	xii
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	2
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	2
1.1. Latar Belakang	2
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1. Manfaat Teoritis:	5
2. Manfaat Praktis:	5
BAB II	6
Kajian Pustaka Dan Pengembangan Hipotesis	6
2.1 Teori Pemasaran.....	6
2.2 Green Marketing	6
2.3 Kualitas Produk.....	6
2.4 Loyalitas Konsumen.....	7
2.5 Perumusan Hipotesis	7
2.6 Kerangka Pikir	8
BAB III.....	10
METODE PENELITIAN.....	10
3.1 Lokasi Penelitian.....	10
3.2 Jenis Penelitian.....	10
3.3 Populasi.....	10

3.4 Unit analisis	10
3.5 Sumber Data.....	11
2.4.1 Data Primer	11
2.4.2 Data sekunder.....	11
3.6 Definisi Operasional dan pengukuran Variabel.....	11
3.6.1 Definisi Oprasional	11
3.7 Teknik Pengumpulan Data	13
3.8 Teknik Analisi data	14
3.8.1 Model Pengukuran atau Outer Model.....	14
3.8.2 Model Struktural atau Inner Model.....	15
3.8.3 Pengujian Hipotesis	16
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	17
4.2 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	17
4.3 Deskripsi Data Responden	17
4.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	17
4.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	18
4.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	18
4.3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	19
4.4 Hasil PLS SEM	19
4.4.1 Model pengukuran outer model.....	19
4.4.2 Uji Realibilitas	21
4.5 Model Pengukuran atau Measurement (Inner Model).....	22
4.5.1 Koefisien Determinasi (R^2)	22
4.5.3 Q-Square (Q^2).....	22
4.6 Uji Hipotesis	23
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	24
4.7.1 Hubungan Green Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen.....	24
4.7.2 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas konsumen	25
4.7.3 Hubungan Green Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen.....	25
BAB V	26
PENUTUP	26
5.1 Kesimpulan	26
5.2 keterbatasan Penelitian	26
5.3 Saran	27
DAFTAR PUSTAKA	28
Lampiran.....	31

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 3. 1 Definisi Oprasional Dan Pengukuran Variabel.....	10
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	12
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	17
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	18
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	18
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	19
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas (<i>Nilai Muatan Outer Loading</i>).....	20
Tabel 4. 6 Cross Loading.....	20
Tabel 4. 7 Data Hasil Fornell Larcker Creterion	21
Tabel 4. 8 Data Hasil HTMT	21
Tabel 4. 9 Hasil Composite Realibility, Cronbach Alpha, Dan <i>AVE</i>	22
Tabel 4. 10 Hasil Nilai R Square.....	22
Tabel 4. 11 Hasil Nilai Q Square	22
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Hipotesis	23

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Pendapatan Perusahaan Starbucks.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	8
Gambar 4.1 Hasil PLS.....	19
Gambar 4.2 Model Struktural Algoritma Bootstrapping.....	22