

**PENGARUH GREEN MARKETING DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI  
KEPUASAN PELANGGAN  
(Survei Pada Pelanggan The Body Shop Mall Olympic Garden Malang)**

**SKRIPSI**

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Drajaat Sarjana Manajemen



Oleh :

Nadhilah Zafarinah

202010160311293

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2024**

**SKRIPSI**

**PENGARUH GREEN MARKETING DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN  
(Survei pada Pelanggan The Body Shop Mall Olympic Garden)**

Oleh :

**Nadhilah Zafarinah**

**202010160311293**

Diterima dan disetujui  
pada tanggal 30 November 2024

Pembimbing I,

**Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.**

Pembimbing II,

**Immanuel Mu'ammal, S.E., M.M.**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

**Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.**

Ketua Program Studi,

**Dr. Nurul Asfiah, M.M.**





## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### PENGARUH GREEN MARKETING DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN (Survei pada Pelanggan The Body Shop Mall Olympic Garden)

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Nadhilah Zafarinah  
NIM : 202010160311293  
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 30 November 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.  
Pembimbing II : Immanuel Mu'ammal, S.E., M.M.  
Penguji I : Dr. Fien Zulfikarijah, M.M.  
Penguji II : Ardik Praharjo, S.AB., M.AB.

1.   
2.   
3.   
4. 

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Program Studi,

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Nadhilah Zafarinah

NIM : 202010160311544

Program Studi : Manajemen

Surel : [nadhilazafarina747@gmail.com](mailto:nadhilazafarina747@gmail.com)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima saksi akademis dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang,

Yang Membuat Pernyataan



(Nadhilah Zafarinah)



**PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI  
KEPUASAN PELANGGAN  
(Survei Pada pelanggan The Body Shop Mall Olympic Garden Malang)**

**Nadhilah Zafarinah<sup>1</sup>, Sri Nastiti Adharini<sup>2</sup>, Immanuel Mu'ammal<sup>3</sup>**

1.2.3Management Department, Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia  
Corresponding E-mail: [nadhilazafarina747@gmail.com](mailto:nadhilazafarina747@gmail.com)

**ABSTRACT**

*This study aims to find out and analyze green marketing, service quality, customer loyalty, and customer satisfaction in customers of The Body Shop Mall Olympic Garden Malang. This type of research is a quantitative research with the population used being consumers who have purchased The Body Shop Mall Olympic Garden Malang products more than twice. The number of samples determined in this study was 140 respondents with non-probability sampling techniques. The data collection technique in this study uses a questionnaire distributed through google form. The data analysis methods used are the Likert scale and PLS-SEM (Partial Least Square-Structural Equation Modeling). Based on the results of research and analysis, it can be concluded that green marketing has a positive and significant effect on customer loyalty, service quality has a positive and significant effect on customer loyalty, green marketing has no effect on customer satisfaction, service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty, green marketing has a positive and significant effect on customer loyalty through customer satisfaction, and service quality has a positive and significant effect on customer loyalty through customer satisfaction.*

**Keywords**— *Green Marketing, Service Quality, Customer Loyalty, Customer Satisfaction*

**PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI  
KEPUASAN PELANGGAN  
(Survei Pada pelanggan The Body Shop Mall Olympic Garden Malang)**

**Nadhilah Zafarinah<sup>1</sup>, Sri Nastiti Adharini<sup>2</sup>, Immanuel Mu'ammal<sup>3</sup>**

1.2.3Management Department, Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia  
Corresponding E-mail: [nadhilazafarina747@gmail.com](mailto:nadhilazafarina747@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis *green marketing*, kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan pada pelanggan The Body Shop Mall Olympic Garden Malang. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan populasi yang digunakan adalah konsumen yang telah melakukan pembelian produk The Body Shop Mall Olympic Garden Malang lebih dari dua kali. Adapun jumlah sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini sebanyak 140 responden dengan teknik *non probability sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisioner yang disebarkan melalui *google form*. Metode analisis data yang digunakan yaitu skala likert dan PLS-SEM (*Partial Least Square-Structural Equation Modeling*). Berdasarkan hasil penelitian dan analisis dapat disimpulkan bahwa *green marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, *green marketing* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, *green marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : *Green Marketing*, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'ailaikum Wr. Wb.*

Alhamdulillah Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Green Marketing* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Pelanggan The Body Shop Mall Olympic Garden Malang)”** ini sesuai waktu yang telah ditentukan. Shalawat serta salam tetap tercurah pada junjungan Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa ajaran tauhid dan keutamaan budi pekerti. Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya.

Sebagai ungkapan syukur, dalam kesempatan ini dengan kerendahan hati, saya ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Nurul Asfiah, M.M., selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Dra. Sri Nastiti A., M.M. selaku pembimbing I yang bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran, kritik dan pengarahan dengan penuh keikhlasan, ketulusan dan kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Immanuel Mu'ammal, S.E., M.M. selaku pembimbing II yang bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran, kritik, dan pengarahan dengan penuh keikhlasan, ketulusan dan kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh dosen Manajemen FEB UMM yang memberikan ilmu, materi perkuliahan hingga penulis dapat menyelesaikan kuliah untuk menempuh gelar Sarjana Manajemen.
7. Kepada kedua orang tua tercinta penulis Bapak Muhtarmaji dan Ibu Sumiyati yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dukungan, nasihat, motivasi dalam menimba ilmu sehinggalah penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

8. Kepada kakak saya Nurul Latifah Alfani dan Agi Prayogi yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dukungan, nasihat dan motivasi dalam menimba ilmu sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada Pratu Satria Ari Yudha terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya. Terimakasih atas dukungan, semangat, serta telah menjadi tempat berkeluh kesah, selalu ada dalam suka maupun duka selama proses penyusunan skripsi ini.
10. Kepada seluruh teman dan sahabat penulis terimakasih banyak telah menjadi teman penulis pada saat masa perkuliahan yang telah memberikan banyak kenangan indah, pelajaran, dukungan, arahan, serta selalu memberikan motivasi agar skripsi ini segera selesai.
11. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulisan skripsi ini.
12. *Last but not least*, saya ingin mengucapkan terimakasih kepada diri saya sendiri Nadhilah Zafarinah karena telah bertahan menghadapi segala tantangan dan tidak pernah menyerah. Saya bangga menjadi diri saya sendiri karena berhasil melewati berbagai lika-liku masa perkuliahan strata 1 sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sukses.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan .

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Malang,

Nadhilah Zafarinah



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	8
1. Manfaat Praktis .....	8
2. Manfaat Teoritis .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
A. Landasan Teori .....	9
1. Loyalitas Pelanggan .....	9
2. Kepuasan Pelanggan .....	11
3. <i>Green Marketing</i> .....	12
4. Kualitas Pelayanan .....	14
B. Penelitian Terdahulu .....	15
C. Kerangka Konsep dan Hipotesis .....	20
1. Kerangka Konsep .....	20
2. Hipotesis .....	20

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	25
B. Jenis Desain Penelitian .....	25
C. Definisi Operasional Variabel .....	25
D. Populasi dan Sampel .....	27
1. Populasi .....	27
2. Sampel .....	28
3. Teknik Pengambilan Sampling .....	28
E. Teknik Skala Data .....	28
F. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	29
1. Sumber Data.....	29
2. Teknik Pengumpulan Data .....	29
G. Teknik Analisis Data .....	30
1. Tahapan Analisi PLS-SEM.....	30
2. Evaluasi Model Pengukuran PLS-SEM (Outer Model) .....	31
3. Evaluasi Model Struktural PLS-SEM (Inner Model) .....	32
4. Uji Hipotesis .....	32
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>35</b>
A. Deskripsi Hasil Penelitian .....	35
B. Deskripsi Jawaban Responden .....	36
1. Deskripsi Jawaban Variabel Kepuasan Pelanggan .....	37
2. Deskripsi Jawaban Variabel Green Marketing .....	38
3. Deskripsi Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan .....	39
4. Deskripsi Jawaban Variabel Loyalitas Pelanggan .....	40
C. Hasil Analisis SEM-SmartPLS .....	41
1. Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	41
2. Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	45
3. Uji Hipotesis .....	47
D. Pembahasan .....	50
1. Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap Loyalitas Pelanggan .....	50
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan..	50
3. Pengaruh <i>Green Marketing</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan ..	51

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan .	53
5. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	54
6. Pengaruh <i>Green Marketing</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan .....	55
7. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan .....	56
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>58</b>
A. Kesimpulan .....	58
B. Keterbatasan Penelitian .....	60
C. Saran .....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>62</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>69</b>





## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	15
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....	26
Tabel 3.2 Skala Likert .....	29
Tabel 4.1 Karakteristik Responden .....	35
Tabel 4.2 Penilaian Analisis Deskriptif .....	37
Tabel 4.3 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan .....	37
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel <i>Green Marketing</i> .....	39
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan .....	39
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan .....	40
Tabel 4.7 Hasil <i>Outer Loading</i> .....	41
Tabel 4.8 Hasil AVE ( <i>Average Variance Extracted</i> ) .....	42
Tabel 4.9 Hasil Analisis <i>Cross Loading</i> .....	43
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Fornell-Larcker Criterio</i> .....	44
Tabel 4.11 Hasil Analisis <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> (HTMT) .....	44
Tabel 4.12 Hasil Analisis <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> .....	45
Tabel 4.13 Nilai <i>R-Square</i> ( $R^2$ ) .....	46
Tabel 4.14 Hasil Analisis <i>Q-Square</i> .....	46
Tabel 4.15 Hasil Uji Signifikansi Pengaruh Langsung .....	47
Tabel 4.16 Hasil Uji Signifikansi Mediasi .....	49

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konsep .....	20
Gambar 4.1 Hasil PLS <i>Algorithm</i> .....	42



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisisioner .....	69
Lampiran 2: Lembar Kuisisioner .....	70
Lampiran 3: Tabel Jawaban 140 Responden .....	78
Lampiran 4: Hasil Pengujian <i>SmartPLS</i> .....	83





## DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya A., L. D. N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online. *Jurnal Ekonomi*, 24(2), 213. <https://doi.org/10.24912/je.v24i2.574>
- Afreza, C., & Wiyadi, W. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Market Place shopee. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 13(1), 105. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i1.1005>
- Afrizawati, A. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Arista Palembang. *Orasi Bisnis*, 7(1)
- Agiesta, W., Sajidin, A., & Perwito, P. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Ka Lokal Bandung Raya. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(2), 1653–1664. <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v5i2.1323>
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Journal Pilar*, 14(1).
- Ananda, D., & Susila, I. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Manggala Beauty Clinic di Kota Blora. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 13(1), 220. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i1.1034>
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. PT Rineka Cipta.
- Azzahra, N., & Nurhadi. (2024). Pengaruh Green Marketing, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Garnier Pembersih Wajah (Studi pada Pelanggan di Kota Surabaya). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 11(1), 405–415. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v11i1.54207>
- Bahrin, S., Alifah, S., & Mulyono, S. (2018). Rancang Bangun Sistem Informasi Survey Pemasaran dan Penjualan Berbasis Object Oriented Programming. *Jurnal Transitor EI*, 2(2).
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182.
- Chin, W. W. (1998). *The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling*. In G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern methods for business research*. Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

- Damanik, K., Sinaga, M., Sihombing, S., Hidajat, M., & Prakoso, O. S. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Kebijakan Publik dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL*, 5(2), 76–85. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i2.1834>
- Delafrooz, N., Taleghani, M., & Nouri, B. (2014). Effect of green marketing on consumer purchase behavior. *QScience Connect*, 2014(1). <https://doi.org/10.5339/connect.2014.5>
- Dewi, H. P. (2020). Green Concept: Customer Satisfaction in the Service Business. Proceedings of the 17 Th International Symposium on Management (INSYMA 2020). <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200127.050>
- Dewi, M. P. (2020). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Konsumen Pada RM. Wongsolo Malang. *IQTISHODUNA*, 16(2), 167–190. <https://doi.org/10.18860/iq.v16i2.9242>
- Falk, R. F., & Miller, N. B. (1992). *A Primer for Soft Modeling*. University of Akron Press.
- Familiar, K., & Maftukhah, I. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal*, 4(4).
- Ferdinand. (2014). *Metode Penelitian Manajemen. In Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro Press.
- Gadau, M. (2016). Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Studi Kasus Pada Produk Body Mist The Body Shop di Ambarukmo Plaza Yogyakarta.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan. *Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2021). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan. Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giwa-Amu, O. (2022). Effect Of Green Marketing On Customer Statisfaction. *Sapientia Global Journal of Arts. Humanities & Development Studies (SGOJAHDS)*, 5(2).
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Erlangga.

- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen (MANEGGIO)*, 3(2).
- Hanifa, O., Kurniawati, T., & Rahmidani, R. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa Universitas Negri Padang. *Jurnal Ecogen*, 1(4), 794. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v1i4.5658>
- Hasan, A. (2015). *Marketing*. Penerbit Medpress.
- Hati, S. W., & Kartika, A. (2015). Pengaruh Green Marketing terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Kosmetik Merek (Studi pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis di Politeknik Negeri Batam yang Menggunakan Produk Kosmetik Merek The Body Shop). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 3(2), 120–127.
- Irnandha, A. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat (Studi Kasus Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Hijrah Sagan Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 5(6).
- Ismail, T., & Yusuf, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor IndiHome Gegerkalong di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 413–423.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent*. Raja Grafindo Persada.
- Kirgiz, Aycan Can. (2016). *Green Marketing Mix. In Green Marketing: A Case Study of the Sub-Industry in Turkey*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. PT. Erlangga.
- Kotler, Keller. (2012). *Marketing Management Edisi 14. Global Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Lee, N. R. (2011). *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. Jhon Wiley and Sons.
- Kotler. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Prenhalindo.
- Kotler. (2014). *Principles of Marketing Global Edition*. Prentice–Hall Inc.
- Lestari, A. D., & Syarif, R. (2021). Pengaruh Green Marketing, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kentucky Fried Chicken (Studi Kasus KFC Buaran Plaza). *Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA*, 4(3), 290–299.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Berbasis Kompetensi Edisi Ke-3*. Salemba Empat.



- Lusiah, Novianto, D., & Akbar, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online. *Jurnal Ekonomi*, 24(2), 213. <https://doi.org/10.24912/je.v24i2.574>
- Machmud, R. (2008). Manajemen Mutu Pelayanan Kesehatan. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Andalas*, 2(2), 186–190. <https://doi.org/10.24893/jkma.v2i2.31>
- Maharani, R., Zahara, E. E., & Saijun. (2023). Pengaruh Green Marketing, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas pelanggan (Studi Kasus KFC Jamtos Jambi). *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 3(2), 01–15.
- Mahendra, D. F., & Nugraha, A. K. N. A. (2021). Green Marketing dan CSR Terhadap Keputusan Pembelian dengan Pengetahuan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 5(1), 28–38. <https://doi.org/10.23887/jppsh.v5i1.33141>
- Mulyapradana, A., Anjarini, A. D., & Harnoto, H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tempo Cabang Tegal. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(1), 26–38. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i1.115>
- Notoatmojo, S. (2018). Metodologi Penelitian Kesehatan. Rineka Cipta.
- Nugroho, A. P. (2022). *Metode Penelitian Ilmu Sosial. In Metode Pengumpulan Data (pp. 169-190)*. Penerbit Widina Bhakti Persada.
- Oktavia, Y., & Sudarwanto, T. (2023). Dampak Brand Image dan Brand Awareness Bagi Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Produk Kecantikan Wardah Di Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 11(2).
- Ottman, J. (2017). *The New Rules of Green Marketing: Strategies, Tools, and Inspiration for Sustainable Branding*, Berrett-Koehler Publishers, Routledge.
- Parasuraman. (1990). *Delivering Quality Service*. The Free Press.
- Polonsky, M. J. (1994). An Introduction to Green Marketing. *Electronic Green Journal*, 1, 2–3.
- Putri, Y. L., & Utomo, H. (2017). Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa). *Among Makarti*, 10(1). <https://doi.org/10.52353/ama.v10i1.147>
- Rahayu, S., & Syafe'i, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jesya*, 5(2), 2192–2107. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.808>

- Rizqiningsih, D. U., & Widodo, A. (2021). Pengaruh Green Marketing dan Service Quality terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus di Starbucks Coffee Kota Surabaya). *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 12(2), 242–256. <https://doi.org/10.33059/jseb.v12i2.3351>
- Rustam, T. A. (2023). Analisis Implementasi Relationship Marketing dan Green Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Klinik Navaagreen Batam. *Journal SEIKO*.
- Rustendi, T. (2023). Pendekatan Kuantitatif Dalam Studi Kasus Pada Penelitian Bidang Akuntansi. *JURNAL AKUNTANSI*, 17(1), 24–37. <https://doi.org/10.37058/jak.v17i1.6736>
- Sari, A. C. M., & Lestariningsih, M. (2021). Pengaruh Promosi dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Aplikasi Shopee (Studi Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(5).
- Sari, I. G. A. W., & Setiawan, P. Y. (2017). Pengaruh Green Marketing dan Packaging terhadap Brand Image dan Loyalitas Pelanggan pada Konsumen Starbucks Coffee. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(7), 3820–3849.
- Savitri, S., & Marlina, N. (2023). Pengaruh Green Marketing, Green Brand Image, Dan Green Knowledge Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Cleo Eco Green Di Wilayah Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(3), 207–217. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jptn.v11n2.p207-217>
- Sawitri, I. G. A. T. D., & Rahanatha, G. B. (2019). Pengaruh Green Marketing dan Brand Image terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(8), 5267. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i08.p22>
- Severi, E., & Ling, K. C. (2013). The Mediating Effects of Brand Association, Brand Loyalty, Brand Image and Perceived Quality on Brand Equity. *Asian Social Science*, 9(3). <https://doi.org/10.5539/ass.v9n3p125>
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2013). Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 untuk Hubungan Nonlinear dalam Penelitian Sosial dan Bisnis. *Andi Offset*.
- Slevitch, L., Mathe, K., Karpova, E., & Scott-Halsell, S. (2013). “Green” attributes and customer satisfaction. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(6), 802–822. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-07-2012-0111>

- Sofyan, A., Nur, T., & Wibowo, E. W. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Hijau (Green Marketing Mix), Keputusan Membeli Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Lampu Led Philips). *Jurnal Ilmiah Bisnis, Pasar Modal, Dan UMKM (JIBPU)*, 4(1), 56–67.
- Sofyan, I., & Karmela Fitriani, L. (2023). Pengaruh Strategi Green Marketing Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Mcdonald's. *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(2), 285–300. <https://doi.org/10.31949/entrepreneur.v4i2.5662>
- Solihin, M., & Ratmono. (2013). *Analisis SEMPLS dengan WarpPLS 3.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Statistika untuk penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tjahyadi, R. A. (2006). Brand Trust dalam Konteks Loyalitas Merek: Peran Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, dan Karakteristik Hubungan Pelanggan-Merek. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 65–78.
- Tjahyadi, R. A. (2010). Brand Trust dalam Konteks Loyalitas Merek: Peran Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, dan Karakteristik Hubungan Pelanggan-Merek. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 6(1), 65–78.
- Tjiptono. (2006). *Manajemen Jasa*. Andi Offset.
- Tjiptono. (2012). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.
- Tjiptono. (2016). *Service, quality dan satisfaction*. Andi Offset.
- Tjiptono. (2020). *Strategi pemasaran: prinsip dan penerapan*. Andi Offset.
- Trianah, L., Pranitasari, D., & Zahrani Marichs, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 26(01), 105–122. <https://doi.org/10.36406/jemi.v26i01.201>
- Ulfa, R. (2020). Variabel dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Teknodik*, 196–215. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>
- Upe, Jusni. A., & Usman, A. (2022). Pengaruh Green Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Starbucks Coffe di Kota Makassar. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 9(1), 1. <https://doi.org/10.30998/jabe.v9i1.14165>

- Vivid Violin, Mahfudnurnajamuddin, Sabri Hasan, & Muhlis Sufri. (2022). Pengaruh Konsep Low-Cost Carrier dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Maskapai Lion Airlines di Indonesia. *Journal of Management Science (JMS)*, 3(2), 150–160. <https://doi.org/10.52103/jms.v3i2.957>
- Wiguna, M. A., & Padmanty, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 12(2), 379. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v12i2.766>
- Wijaya, R. A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi di Kafe One Eighteenth, Siwalankerto – Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1).
- Woro, M., & Naili, F. (2013). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Bus Efisiensi (Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1), 64–71.
- Wu, S.-I., & Chen, Y.-J. (2014). The Impact of Green Marketing and Perceived Innovation on Purchase Intention for Green Products. *International Journal of Marketing Studies*, 6(5). <https://doi.org/10.5539/ijms.v6n5p81>
- Yulianto, A. (2010). Meningkatkan Kualitas Pelayanan Jasa Penerbangan Indonesia Paska Insiden Kecelakaan Pesawat Terbang. *Jurnal Dinamika Manajemen (JDM)*, 1(1).
- Yulisetiarni, D., & Mawarni, T. D. (2021). The Influence of Service Quality, Brand Image, and Store Atmosphere on Customer Loyalty through Customer Satisfaction at Indomaret Plus Jember. *Quality-Access to Succes*.
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah : Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1). <https://doi.org/10.18592/tarbiyah.v7i1.2100>
- Zahara, R. (2020). Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 31–38. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v3i1.121>
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A. P., & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. The Free Press.



Lembaga Informasi dan Publikasi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang  
Tanda Terima Cek Plagiasi

Tanggal : 11/19/2024

Kode : 2479673998  
Nama : Nadhilah Zafarimah  
NIM : 202010160311293  
Prodi : Manajemen  
Judul : Pengaruh Green Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan The Body Shop Mall Olympic Garden Malang)  
Presentase Plagiasi : 4%  
Keterangan : LULUS

Kepala LIP



Rinaldy Achmad Roberth Fathoni, S.AB., M.M

