

PENGARUH *GREEN ADVERTISING*, *GREEN PACKAGING*, DAN *GREEN PRODUCT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK THE BODY SHOP DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Disusun Oleh:

CHINDY ALDI SAFITRI

NPM: 21420159

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2025

SKRIPSI
PENGARUH *GREEN ADVERTISING*, *GREEN PACKAGING*, DAN *GREEN PRODUCT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK THE BODY SHOP DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Diajukan Oleh :

CHINDY ALDI SAFITRI

NPM : 21420159

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Dr. Dana Aditya., SE.,MBA.

Tanggal 15 AGUSTUS 2025

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Adrianto Trimarjono., SE.,MM.

Tanggal 19 AGUSTUS 2025

SKRIPSI
PENGARUH *GREEN ADVERTISING*, *GREEN PACKAGING*, DAN *GREEN PRODUCT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK THE BODY SHOP DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Diajukan Oleh :

CHINDY ALDI SAFITRI

NPM : 21420159

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Dr. Dana Aditya., SE.,MBA.

Tanggal 15 AGUSTUS 2025

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Adrianto Trimarjono., SE.,MM.

Tanggal 19 AGUSTUS 2025

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Nama : Chindy Aldi Safitri
NPM : 21420159
Alamat : Jojoran 3 No. 106 B
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "*Pengaruh Green Advertising, Green Packaging, Dan Green Product Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)*" Bukan merupakan plagiasi atau saduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya akan menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dilihat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 20 AGUSTUS 2021

Yang membuat pernyataan



Chindy Aldi Safitri

21420159

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT, yang senantiasa memberikan limpahan rahmatdan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Green Advertising*, *Green Packaging*, Dan *Green Product* Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)”** dapat diselesaikan dengan baik, sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah mendapatkan banyak, dukungan, bantuan, bimbingan, doa, dan nasehat dari berbagai pihak sehingga pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan moril ataupun material secara langsung kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai,terutama yang saya hormati :

1. Allah Subhanahu Wa Ta'ala, atas segala nikmat, kesehatan, kemudahan dan kelancarannya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.Bapak
2. Prof. Dr. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, Sp. THT-KL(K), FICS selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

3. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM, M.Ak selaku Dekan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Bapak Dr. Adrianto Trimarjono, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
5. Ibu Dr. Kristiningsih., SE.,MSi. selaku dosen wali yang telah memberikan dukungan dan pengarahan selama masa perkuliahan.
6. Bapak Dr. Dana Aditya, SE.,MBA. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia menyempatkan dan meluangkan waktu dalam mengarahkan, membimbing, serta memberi saran yang sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi dengan baik.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat kepada penulis selama menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
8. Seluruh karyawan Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
9. Keluarga saya, Bapak Harapan, Ibu Disumiarti, Kakak dan Saudara saya yang selalu mendo'akan agar lulus kuliah dengan barokah dan tidak ada lelah untuk memberi dukungan, semangat dan motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi.

10. Keluarga besar AMPERA PALAPA yang selalu mendukung penulis selama perkuliahan
11. Teman-teman alumni BEM Fakultas Ekonomi dan Bisnis periode 2023 - 2024 yang selalu memberikan motivasi dan mendukung penulis.
12. Teman-teman alumni DPM Fakultas Ekonomi dan Bisnis periode 2024 2025 yang selalu memberikan motivasi dan mendukung penulis.
13. Teman perkopian Lia, Ruth, Adinda, Putri, dan Cyntya, yang banyak memotivasi dan menemani penulis saat sedang stres.
14. Sobat perpustakaan Anastasya Febby A.C, Luthfia Nabila H, Shania Virginia J. T dan Leliana Agustina yang juga memberikan dukungan, semangat dan bantuan selama masa perkuliahan dan skripsi.

Semoga Allah selalu memberikan limpahan rahmat atas segala jasa dan kebaikannya serta bantuan yang diberikan kepada penulis. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, baik sebagai tambahan pengetahuan, maupun untuk penelitian selanjutnya.

Surabaya, 20 Agustus 2025

Penulis



(Chindy Aldi Safitri)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	1
HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN ORIENTASI SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Teoritis	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13

2.1	Landasan Teori	13
2.1.1	Pengertian Pemasaran.....	13
2.1.2	Green Advertising	14
2.1.2.1	Pengertian <i>Green Advertising</i>	14
2.1.2.2	Indikator <i>Green Advertising</i>	15
2.1.3	Green Packing	16
2.1.3.1	Pengertian <i>Green Packaging</i>	16
2.1.3.2	Indikator <i>Green Packaging</i>	17
2.1.4	Green Product.....	18
2.1.4.1	Pengertian <i>Green Product</i>	18
2.1.4.2	Indikator <i>Green Product</i>	20
2.1.5	Kepuasan Pelanggan.....	20
2.1.5.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	20
2.1.5.2	Indikator Kepuasan Pelanggan	21
2.1.5.3	Teori Kepuasan Pelanggan	22
2.1.6	Keputusan Pembelian	23
2.1.6.1	Pengertian Keputusan Pembelian	23
2.1.6.2	Proses Keputusan Pembelian.....	24
2.1.6.3	Peran Keputusan Pembelian	26
2.1.6.4	Indikator Keputusan Pembelian	27
2.1.7	Hubungan Antar Variabel	28
2.1.7.1	Hubungan Antar Variabel <i>Green Advertising</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	28

2.1.7.2	Hubungan Variabel <i>Green Packaging</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	28
2.1.7.3	Hubungan Variabel <i>Green Product</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	29
2.1.7.4	Hubungan Antar Variabel <i>Green Advertising</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.1.7.5	Hubungan Antar Variabel <i>Green Packaging</i> Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.1.7.6	Hubungan Antar Variabel <i>Green Product</i> Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.1.7.7	Hubungan antar variabel Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.1.7.8	Hubungan antar variabel <i>Green Advertising</i> terhadap Keputusan pembelian melalui kepuasan pelanggan.....	31
2.1.7.9	Hubungan Antar Variabel <i>Green Packaging</i> Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan.....	32
2.1.7.10	Hubungan antar variabel <i>Green Product</i> terhadap Keputusan pembelian melalui kepuasan pelanggan.....	32
2.2	Penelitian Terdahulu	33
2.3	Hipotesis dan Model Analisis.....	35
2.3.1	Hipotesis.....	35
2.3.2	Model Analisis	37
BAB III METODE PENELITIAN		38

3.1	Pendekatan Penelitian	38
3.2	Populasi Dan Sampel	38
3.2.1	Populasi.....	38
3.2.2	Sampel dan Teknik Sampling	40
3.3	Identifikasi Variabel.....	43
3.3.1	Variabel Independen (X).....	43
3.3.2	Variabel Dependen (Y)	44
3.3.3	Variabel Intervening (Z)	44
3.4	Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel Penelitian	44
3.5	Jenis dan Sumber Data	50
3.5.1	Jenis Data	50
3.5.2	Sumber Data.....	51
3.5.2.1	Data Primer	51
3.5.2.2	Data Sekunder	52
3.6	Prosedur Pengumpulan Data	52
3.7	Teknik Analisis Data.....	53
3.7.1	Uji Validitas	53
3.7.2	Uji Reliabilitas	54
3.7.3	Uji t (Uji Parsial).....	54
3.7.4	Uji Regresi Linear Berganda.....	55
3.7.5	Uji Path Anlysis (Uji Analisis Jalur).....	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		62
4.1	Gambaran Umum Penelitian	62

4.1.1	Sejarah The Body Shop.....	62
4.2	Hasil Penelitian	64
4.2.1	Karakteristik Responden	64
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	66
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	67
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan.....	67
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian.....	68
4.3.1	Deskripsi Jawaban Responden.....	68
4.3.2	Green Advertising (X1).....	70
4.3.3	Green Packaging (X2).....	71
4.3.4	Green Product (X3)	72
4.3.5	Keputusan Pembelian (Y)	73
4.3.6	Kepuasan Pelanggan (Z)	74
4.4	Hasil Analisis Data.....	75
4.4.1	Hasil Uji Validitas.....	75
4.4.2	Hasil Uji Reliabilitas	76
4.4.3	Uji T	77
4.4.3.1	Uji t (Tahap 1).....	77
4.4.3.2	Uji t (Tahap 2).....	80
4.4.4	Uji Regresi Berganda	85
4.4.5	Analisis Jalur (Path Analysis)	92
4.5	Pembahasan.....	97

BAB V PENUTUP.....	106
5.1 Simpulan	106
5.2 Saran.....	108
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	109
DAFTAR PUSTAKA.....	111
LAMPIRAN	123

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan Jumlah Perusahaan Kosmetik Di Indonesia	2
Gambar 2.1 Model Analisis	37
Gambar 3.1 Model Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	57
Gambar 4. 1 Logo The Body Shop	63
Gambar 4.2 Kurva Distribusi Uji t (Tahap 1) Pengaruh <i>Green Advertising</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	78
Gambar 4.3 Kurva Distribusi Uji t (Tahap 1) Pengaruh <i>Green Packaging</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	79
Gambar 4.4 Kurva Distribusi Uji t (Tahap 2) <i>Pengaruh Green Advertising</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	82
Gambar 4.5 Kurva Distribusi Uji t (Tahap 2) Pengaruh <i>Green Packaging</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	82
Gambar 4.6 Kurva Distribusi Uji t (Tahap 2) Pengaruh <i>Green Product</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	83
Gambar 4. 5 Kurva Distribusi Uji t (Tahap 2) Pengaruh <i>Green Product</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	93

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Pengumpulan kuesioner	43
Tabel 3.2 Definisi Operasional dan Indikator Variabel	45
Tabel 3.3 Skala Pengukuran Likert.....	53
Tabel 4. 1 Deskripsi Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	65
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	66
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Program Studi	67
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Angkatan	67
Tabel 4.5 Kategori Nilai Masing-Masing Variabel	69
Tabel 4.6 Jawaban Responden Mengenai <i>Green Advertising</i>	70
Tabel 4.7 Jawaban Responden Mengenai <i>Green Packaging</i>	71
Tabel 4.8 Jawaban Responden Mengenai <i>Green Packaging</i>	72
Tabel 4.9 Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian	73
Tabel 4.10 Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan	74
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....	75
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	76
Tabel 4.13 Uji t (Tahap 1).....	77
Tabel 4. 14 Uji t (Tahap 2).....	81
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Berganda (Tahap 1)	78
Tabel 4. 16 Hasil Uji Regresi Berganda (Tahap 2).....	88

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN	123
LAMPIRAN 2 TABULASI DATA	131
LAMPIRAN 3 UJI VALIDITAS	143
LAMPIRAN 4 UJI RELIABILITAS.....	147
LAMPIRAN 5 UJI REGRESI BERGANDA 1	149
LAMPIRAN 6 UJI REGRESI BERGANDA 2	151
LAMPIRAN 7 TABEL DISTRIBUSI UJI T	153

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui variabel kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening antara pengaruh *green advertising*, *green packaging*, *green product* terhadap keputusan pembelian produk The Body Shop studi kasus mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif melalui model analisis jalur (Path Analysis) dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian ini yaitu *green advertising*, *green packaging*, dan *green product* berpengaruh signifikan secara langsung terhadap kepuasan pelanggan, *green advertising* dan *green product* berpengaruh signifikan secara langsung terhadap keputusan pembelian, sedangkan *green packaging* tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap keputusan pembelian. Kepuasan pelanggan memediasi pengaruh antara *green advertising*, *green packaging*, dan *green product* terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Kepuasan Pelanggan, *Green Advertising*, *Green Packaging*, *Green Product*, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine customer satisfaction as an intervening variable between the influence of green advertising, green packaging, and green products on purchasing decisions for The Body Shop products, using a case study of students at the Faculty of Economics and Business, Wijaya Kusuma University, Surabaya. The research method used is quantitative, employing a path analysis model (Path Analysis) with the assistance of SPSS. The results of this study indicate that green advertising, green packaging, and green products have a significant direct effect on customer satisfaction, green advertising and green products have a significant direct effect on purchase decisions, while green packaging does not have a significant direct effect on purchase decisions. Customer satisfaction mediates the influence between green advertising, green packaging, and green product on purchase decisions.

Keywords: *Customer Satisfaction, Green Advertising, Green Packaging, Green Product, and Purchase Decisions*