

## ABSTRACT

The Body Shop is a company engaged in the field of skincare cosmetics are famous for environmentally friendly products. Many conventional cosmetic products are sold in the market, but green cosmetics products have not been much.

The Body Shop promotes its products through advertisements in magazines, social media as well as by holding a variety of campaign events, the way it is useful to improve consumer insight about Green Marketing from The Body Shop products to grow consumer buying interest.

This research intends to know how far the influence of Green Marketing (product, price, place, promotion) to customer satisfaction. The research method used is survey method with questionnaire.

Population in this research student Management of Maranatha Christian University who had made purchases of The Body Shop product. Samples were conducted on 211 respondents. The majority of the respondents studied had female gender, ranged in age 18-22, having a spending range of 1 million - 3 million.

There is a positive and significant influence between 4P (Product, Price, Promotion, Place) with Customer Satisfaction, of which 51.3% of 4P (Product, Price, Promotion, Place) is influenced by Customer Satisfaction, while the remaining 48.7% is influenced by other factors.

**Keywords:** *Customer satisfaction, Green marketing, The Body Shop*

## ABSTRAK

*The Body Shop* merupakan perusahaan yang bergerak di bidang kosmetik *skincare* yang terkenal dengan produk yang ramah lingkungan. Banyak produk kosmetik konvensional yang dijual di pasaran, namun produk kosmetik hijau belum banyak.

*The Body Shop* mempromosikan produknya melalui iklan di majalah, sosial media juga dengan menggelar berbagai macam acara kampanye, cara tersebut berguna untuk meningkatkan wawasan konsumen mengenai *Green Marketing* dari produk *The Body Shop* agar menumbuhkan minat beli konsumen.

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui sejauh mana pengaruh *Green Marketing (product, price, place, promotion)* terhadap kepuasan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan kuesioner.

Populasi dalam penelitian ini mahasiswi Manajemen Universitas Kristen Maranatha yang pernah melakukan pembelian produk *The Body Shop*. Sampel dilakukan pada 211 responden. Mayoritas responden yang diteliti memiliki jenis kelamin perempuan, memiliki rentang usia 18-22, memiliki rentang pengeluaran 1 juta - 3 juta.

Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara 4P (*Product, Price, Promotion, Place*) dengan Kepuasan Pelanggan, dimana sebesar 51.3% dari 4P (*Product, Price, Promotion, Place*) dipengaruhi oleh Kepuasan Pelanggan, sedangkan sisanya 48.7% dipengaruhi faktor lain.

**Kata kunci :** Kepuasan pelanggan, *Green marketing, The Body Shop*

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN LAPORAN TUGAS AKHIR.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
2.1. Kajian Pustaka .....	8
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.2. <i>Holistic Marketing</i> .....	10
2.1.3. <i>Green Marketing</i> .....	11
2.1.4. <i>Green Marketing Mix</i> .....	13
2.1.5. Kepuasan Pelanggan .....	15
2.1.6. Riset Empiris .....	16
2.2. Rerangka Teoritis.....	18
2.3. Rerangka Pemikiran.....	19
2.4. Model Penelitian .....	20

<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	
3.1.	Jenis Penelitian .....	21
3.1.1	Variabel Penelitian .....	22
3.1.1.1.	Variabel Independen.....	22
3.1.1.2.	Variabel Dependen .....	22
3.2.	Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel.....	23
3.2.1	Populasi .....	23
3.2.2	Sampel .....	23
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel .....	24
3.3.	Definisi Operasional Variabel.....	25
3.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.5.	Teknik Analisis Data.....	29
3.5.1.	Uji Instrumen.....	31
3.5.1.1	Uji Validitas.....	31
3.5.1.2	Uji Reliabilitas.....	31
3.5.2	Uji Asumsi Klasik .....	32
3.5.2.1	Uji Normalitas .....	32
3.5.2.2	Uji Kolmogorov Smirnov .....	32
3.5.2.3	Uji Heteroskedastisitas .....	33
3.5.2.4	Uji Multikolinearitas .....	33
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1.	Hasil Penelitian .....	34
4.1.1.	Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	34
4.1.1.1.	Jenis Kelamin.....	34
4.1.1.2.	Usia .....	35
4.1.1.3.	Pengeluaran .....	36
4.1.4.	Hasil Tanggapan <i>Product</i> ( $X_1$ ) .....	37
4.1.5.	Hasil Tanggapan <i>Price</i> ( $X_2$ ) .....	41
4.1.6.	Hasil Tanggapan <i>Promotion</i> ( $X_3$ ).....	47
4.1.7.	Hasil Tanggapan <i>Place</i> ( $X_4$ ).....	51
4.1.8.	Hasil Tanggapan Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) .....	54
4.2.	Uji Instrumen .....	59
4.2.1	Uji Validitas .....	59
4.2.2	Uji Reliabilitas .....	62
4.3.	Uji Asumsi Klasik .....	65
4.3.1.	Uji Normalitas.....	65
4.3.2.	Uji Heteroskedastisitas.....	67
4.3.3.	Uji Multikolinearitas .....	68
4.4.	Uji Hipotesis.....	69
4.4.1.	Persamaan Regresi Linier Berganda .....	69
4.4.2.	Pengujian Hipotesis.....	71
4.4.2.1.	Uji Simultan (Uji F) .....	73
4.4.2.2.	Uji T .....	75
4.4.3.	Analisis Koefisien Determinasi .....	78
4.5.	Pembahasan .....	81

BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan .....	82
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	86
5.3. Implikasi Manajerial .....	86
5.4. Saran .....	87
DAFTAR PUSTAKA .....	116
LAMPIRAN.....	89



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.2. Rerangka Teoritis .....	18
Gambar 2.3. Rerangka Pemikiran .....	19
Gambar 2.4. Model Penelitian .....	20



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Riset Empiris .....	16
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	25
Tabel 4.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
Tabel 4.2 Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	35
Tabel 4.3 Gambaran Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	36
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Product</i> .....	37
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap <i>Price</i> .....	41
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terhadap <i>Promotion</i> .....	47
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Terhadap <i>Place</i> .....	51
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	54
Tabel 4.26 Hasil Uji Validitas .....	59
Tabel 4.31 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian.....	62
Tabel 4.32 Hasil Uji Reliabilitas <i>Product</i> .....	63
Tabel 4.33 Hasil Uji Reliabilitas <i>Price</i> .....	63
Tabel 4.34 Hasil Uji Reliabilitas <i>Promotion</i> .....	64
Tabel 4.35 Hasil Uji Reliabilitas <i>Place</i> .....	64
Tabel 4.36 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan .....	64
Tabel 4.37 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Test .....	66
Tabel 4.38 Hasil Uji <i>Glejser</i> .....	67
Tabel 4.39 Hasil Uji Multikolinieritas .....	68
Tabel 4.40 Hasil Perhitungan Nilai Koefisien Persamaan Regresi .....	70
Tabel 4.41 Pengujian Hipotesis Simultan (Uji-F) .....	74
Tabel 4.42 Pengujian Hipotesis Parsial (Uji-T).....	76
Tabel 4.43 Analisis Koefisien Determinasi.....	78
Tabel 4.44 Uji Koefisien Determinasi.....	79
Tabel 4.45 Pembahasan .....	81

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran A Kuesioner Penelitian
- Lampiran B Hasil Pengolahan Data SPSS (Data Responden)
- Lampiran C Hasil Pengolahan Data SPSS (Pernyataan Kuesioner)
- Lampiran D Hasil Pengolahan Data SPSS (Uji Instrumen)
- Lampiran E Hasil Pengolahan Data SPSS (Uji Asumsi Klasik)
- Lampiran F Hasil Pengolahan Data SPSS (Regresi Linier Berganda)

