



**PENGARUH PROGRAM *GREEN ADVERTISING THE BODY SHOP*  
MELALUI AKUN *FACEBOOK* VERSI “ *ENRICH NOT EXPLOIT*”  
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN**

**( Survei pada *Followers Fanpage Facebook The Body Shop Indonesia* )**

**SKIRPSI**

**DIAN MAULIDITA**

**1310.411.076**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**2017**



**PENGARUH PROGRAM *GREEN ADVERTISING THE BODY SHOP* MELALUI AKUN *FACEBOOK* VERSI “ *ENRICH NOT EXPLOIT*” TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN**

**(Survei pada *Followers Fanpage Facebook The Body Shop*  
Indonesia)**

**SKIRPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi**

**DIAN MAULIDITA**

**1310.411.076**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**2017**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang di kutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar :

Nama : Dian Maulidita  
NRP : 1310411076  
Program studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Periklanan

Bilamana di kemudian hari di temukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia di tuntutan dan di proses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 18 Juli 2017

Yang menyatakan,



(Dian Maulidita)

## **PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dian Maulidita  
NRP : 1310411076  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak bebas Royalti Non eksklusif ( *Non-exclusive Royalty Free Right* ) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**PENGARUH PROGRAM *GREEN ADVERTISING THE BODY SHOP* MELALUI AKUN *FACEBOOK* VERSI " *ENRICH NOT EXPLOIT*" TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN ( Survei Pada *Followers Fanpage Facebook The Body Shop Indonesia* ).**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hal Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilih hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 18 Juli 2017

Yang menyatakan,



(Dian Maulidita)

## PENGESAHAN

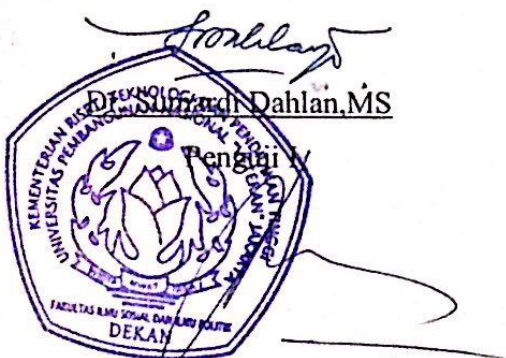
Skripsi diajukan oleh:

Nama : Dian Maulidita  
NRP : 1310411076  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Periklanan  
Judul Skripsi : PENGARUH PROGRAM *GREEN ADVERTISING*  
*THE BODY SHOP* DI AKUN FACEBOOK VERSI  
"ENRICH NOT EXPLOIT" TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN ( Survei pada *Followers*  
*Fanpage Facebook The Body Shop Indonesia*)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana, pada Program Studi *Advertising*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Dra. Siti Maryam, M.Si

Ketua Penguji



Dr. Anter Venus, M.A, Comm

Dekan

Drs. Supratman, M.Si

Penguji II

Damayanti, S.Sos, M.Si

Ketua Program Studi

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 10 Juli 2017



**PENGARUH PROGRAM *GREEN ADVERTISING THE BODY SHOP*  
MELALUI AKUN *FACEBOOK VERSI “ENRICH NOT EXPLOIT”*  
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN**

**(SURVEI : *FOLLOWERS FANPAGE FACEBOOK THE BODY SHOP*  
INDONESIA )**

**Dian Maulidita**

**Abstrak**

Latar belakang penelitian ini dilihat dari *Green advertising* mulai banyak digunakan oleh pemasar untuk menjalankan kegiatan promosi. Hal ini adalah dampak dari isu global *warming* yang menuntut masyarakat dunia untuk lebih sadar akan kegiatan *go green*. Kegiatan ini dinilai sangat menjanjikan karena masyarakat semakin terlihat loyal dalam membeli produk yang dinilai sebagai produk peduli lingkungan. Teori utama digunakan untuk melihat bagaimana responden mengkonsumsi media sebagai bentuk pemenuhan kebutuhannya. Program *green advertising the body shop* menjadi salah satu faktor dalam memengaruhi loyalitas. penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode survey, jenis eksplanatif. Dengan responden berjumlah 100 orang yang merupakan *followers fanpage facebook the body shop* Indonesia. Data yang dikumpulkan dengan menggunakan metode *non probability*. Hasil dari penelitian diperoleh nilai t sebesar 9,636 yang berarti  $>$  dari t tabel yaitu 1,660 dan artinya program *green advertising* memberikan pengaruh terhadap loyalitas konsumen. Diketahui 51,3% loyalitas konsumen ditentukan dari program *green advertising* sementara sisanya ditentukan oleh pengaruh faktor lainnya. Berdasarkan penelitian ini saran yang dapat diberikan peneliti kepada perusahaan yaitu agar program *green advertising* dibuat lebih banyak versi dalam mengangkat tema isu peduli lingkungan, dan juga lebih aktif dalam sosialisasikan program *green advertising* sehingga konsumen banyak yang mengetahui program tersebut, dan akan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

***Keyword : program green advertising the body shop , loyalitas konsumen.***

**THE INFLUENCE OF THE PROGRAM GREEN ADVERTISING THE  
BODY SHOP THROUGH A FACEBOOK ACCOUNT VERSION “  
ENRICH NOT EXPLOIT” AGAINST CONSUMER LOYALTY  
(SURVEY : FOLLOWERS FANPAGE FACEBOOK THE BODY SHOP  
INDONESIA)**

**Dian Maulidita**

**Abstract**

This Background is seen from Green advertising began to widely used by marketers to run promotional activities, This is the impact of the global warming issue that demands more aware of events go green the world community. This activity in value very promising because the public increasingly looks royal in buying products that are rated as the product concerned. The main theory is used to see how the respondents consume media as a fulfillment of his needs. The program green advertising the body shop to be one of the factors influencing the loyalty. The research methodology are using quantitative and explanative, survey. The Respondents are followers fanpage facebook the body shop indonesia, which is amounted to 100 people. Data collected using non probability method. Result from this study t values for 9,636 which mean  $>$  from t tabel 1,660 , and its means the influence of the program green advertising. 51,3 % consumer loyalty is determined by influence of program green advertising the body shop, while the rest is determined of other Influence Based on this research advice that can be given to company researchers by green advertising program made more versions in the theme the issue of care for the environment, and also more active in socialised program green advertising so many consumers who know the program, and it will have an effect on consumer loyalty.

**Keyword : program green advertising, consumer loyalty,**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena telah memberikan berkat dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi dengan mengangkat judul “PENGARUH PROGRAM *GREEN ADVERTISING THE BODY SHOP* MELALUI AKUN *FACEBOOK* VERSI “ENRICH NOT EXPLOIT” TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN ( Survei Pada *Followers Fanpage Facebook The Body Shop* Indonesia ) Kesuksesan dan kelancaran penulis tugas akhir ini tentu di topang oleh bantuan dari berbagai pihak , saya mengucapkan terimakasih kepada kepada bapak Drs. Supratman M.Si, selaku dosen pembimbing, yang telah banyak membantu dan membimbing penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini, Dr. Anter Venus, M.A,Comm, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (FISIP), kepada Ibu Damayanti, S.sos, M.si selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, Terima kasih atas motivasi dan dukungan yang amat besar dari orang tua Ridwan (Ayah) dan Suratmi (Ibu), dan orang-orang yang tercinta ,kakak (rischa oktaviani S.ikom), adik (wulan trihandiani), Afif Akmal, dan teman seperjuangan Ilmu Komunikasi 2013 terkhusus konsentrasi Periklanan.

Akhir kata penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya apabila dalam penyusunan masih terdapat kesalahan atau kekurangan, karena penulis yakin semua manusia memiliki keterbatasan pengetahuan dan kemampuan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan untuk mendapatkan perbaikan yang lebih baik. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Jakarta, 2017

Dian Maulidita



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	iii
PENGESAHAN .....	iv
ABSTRAK .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Rumusan Masalah .....	8
I.3 Tujuan Penelitian .....	8
I.4 Manfaat Penelitian .....	9
I.5 Sistematika Penulisan .....	9
BAB II KAJIAN TEORITIS .....	11
II.1 Teori Dasar .....	11
II.2 Definisi Konsep .....	17
II.3 Kerangka Pemikiran .....	25
II.4 Hipotesis .....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	27
III.1 Pendekatan Penelitian .....	27
III.2 Jenis Penelitian .....	27
III.3 Metode penelitian .....	27
III.4 Populasi dan Sampel .....	28
III.5 Teknik Pengumpulan sampel .....	30
III.6 Teknik pengumpulan data .....	30
III.7 Operasional Variabel .....	31
III.8 Teknik Analisis Data .....	35
III.9 Tempat dan Waktu Penelitian .....	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	44
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	44
IV.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	50
IV.3 Uji Korelasi .....	76
IV.4 Uji Determinasi .....	77

IV.5 Uji signifikan hipotesis .....	78
IV.6 Analisis pembahasan .....	79
BAB V PENUTUP .....	82
V.1 Kesimpulan .....	82
V.2 Saran .....	83
DAFTAR PUSTAKA .....	84
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Operasionalisasi variabel X .....	32
Tabel 2 Operasionalisasi variabel Y .....	34
Tabel 3 Uji Validitas Variabel X .....	37
Tabel 4 Uji Validitas Variabel Y .....	38
Tabel 5 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Alpha Cronbach's.....	39
Tabel 6 Uji Realibilitas variabel X.....	40
Tabel 7 Uji Realibilitas variabel Y.....	40
Tabel 8 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	41
Tabel 9 Waktu penelitian .....	43
Tabel 10 Pertanyaan saringan .....	50
Tabel 11 jenis kelamin .....	51
Tabel 12 Identitas responden berdasarkan usia.....	51
Tabel 13 pekerjaan responden.....	52
Tabel 14 pernyataan 1 (Variabel X).....	53
Tabel 15 pernyataan 2 (Variabel X).....	53
Tabel 16 pernyataan 3 (variabel X).....	54
Tabel 17 pernyataan 4 (variabel X).....	54
Tabel 18 pernyataan 5 (variabel X).....	55
Tabel 19 pernyataan 6 (variabel X).....	56
Tabel 20 pernyataan 7 (variabel X).....	56
Tabel 21 pernyataan 8 (variabel X).....	57
Tabel 22 pernyataan 9 (Variabel X).....	58
Tabel 23 pernyataan 10 (variabel X).....	58
Tabel 24 pernyataan 11 ( variabel X).....	59
Tabel 25 pernyataan 12 (variabel X).....	59
Tabel 26 pernyataan 13 (variabel X).....	60
Tabel 27 pernyataan 14 (variabel X).....	60
Tabel 28 pernyataan 15 (variabel X).....	61
Tabel 29 pernyataan 16 (variabel X).....	61
Tabel 30 pernyataan 17 (variabel X).....	62

Tabel 31 skala interval (Variabel X).....	63
Tabel 32 pernyataan 1 (Variabel Y).....	64
Tabel 33 pernyataan 2 ( variabel Y).....	64
Tabel 34 pernyataan 3 (variabel Y).....	65
Tabel 35 pernyataan 4 (variabel Y).....	66
Tabel 36 pernyataan 5 (variabel Y).....	66
Tabel 37 pernyataan 6 (Variabel Y).....	67
Tabel 38 Pernyataan 7 (Variabel Y).....	67
Tabel 39 pernyataan 8 (variabel Y).....	68
Tabel 40 pernyataan 9 ( variabel Y).....	69
Tabel 41 pernyataan 10 ( variabel Y).....	69
Tabel 42 pernyataan 11 ( variabel Y).....	70
Tabel 43 pernyataan 12 ( variabel Y).....	71
Tabel 44 pernyataan 13 ( variabel Y).....	71
Tabel 45 pernyataan 14 ( variabel Y).....	72
Tabel 46 pernyataan 15 ( variabel Y).....	72
Tabel 47 pernyataan 16 ( variabel Y).....	73
Tabel 48 pernyataan 17 ( variabel Y).....	74
Tabel 49 skala interval ( variabel Y).....	75
Tabel 50 Interpretasi koefisien korelasi .....	76
Tabel 51 hasil penghitungan uji korelasi .....	76
Tabel 52 koefisien determinasi .....	77

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 logo <i>the body shop</i> .....	47
Gambar 2 logo <i>Facebook</i> .....	48

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran lembar absensi A2.2
- Lampiran lembar persetujuan A.5
- Lampiran surat keterangan riset
- Lampiran Kuesioner
- Lampiran Tabel hasil perhitungan SPSS
- Lampiran T tabel
- Lampiran R tabel
- Lampiran Dokumentasi