



**PENGARUH *GREEN MARKETING*, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
REPURCHASE INTENTION YANG DIMEDIASI
KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Pada *Fast Food Top Brand 2022*)**

SKRIPSI

HAIATIN JAMILAH 1910111240

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2022**

Haiatin Jamilah
1910111240

**Pengaruh *Green Marketing*, Dan *Brand Image* Terhadap
Repurchase Intention Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen
(Studi Pada *Fast Food Top Brand* 2022)**





**PENGARUH *GREEN MARKETING*, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
REPURCHASE INTENTION YANG DIMEDIASI
KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Pada *Fast Food Top Brand 2022*)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

HAIATIN JAMILAH 1910111240

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2022**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Haiatin Jamiilah

NIM : 1910111240

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 27 Desember 2022

Yang menyatakan,



(Haiatin Jamiilah)

NIM. 1910111240

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Haiatin Jamiilah
NIM : 1910111240
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

Pengaruh Green Marketing, Dan Brand Image Terhadap Repurchase Intention Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen (Studi Pada Fast Food Top Brand 2022)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Jakarta

Pada tanggal: 27 Desember 2022

Yang menyatakan,



(Haiatin Jamiilah)
NIM. 1910111240

SKRIPSI

PENGARUH *GREEN MARKETING*, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* YANG DIMEDIASI KEPUASAN KONSUMEN (STUDI PADA *FAST FOOD TOP BRAND* 2022)

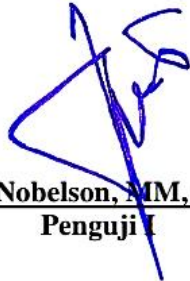
Dipersiapkan dan disusun oleh:

Haiatin Jamiilah 1910111240

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 27 Desember 2022
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



Yulimar, SE, MM
Ketua Penguji



Drs. Nobelson, MM, CPM
Penguji I



Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S., MBA., CWM
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Dianwicakshi Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis



Siti Hidayati, S.E., MM
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 27 Desember 2022

***The Effect of Green Marketing, and Brand Image on Repurchase
Intention Mediated by Consumer Satisfaction
(Study on Fast Food Top Brands 2022)***

By Haiatin Jamiilah

Abstract

This study uses a quantitative method with the aim of proving the influence of Green Marketing and Brand Image both directly and indirectly on Repurchase Intention which is mediated by the variable Consumer Satisfaction. This study used 100 respondents from consumers of Fast Food Top Brand 2022 restaurants in DKI Jakarta as primary data, and secondary data researchers obtained through various references related to research. Data were collected using purposive sampling technique and analyzed using descriptive and inferential analysis techniques with the help of SmartPLS software. So that data processing obtains the results that (1) Green Marketing has a positive and significant effect on Repurchase Intention, (2) Brand Image has a positive and significant effect on Repurchase Intention, (3) Green Marketing has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction, 4) Brand Image has an effect positive and significant effect on consumer satisfaction, 5) consumer satisfaction has a positive and significant effect on repurchase intention.

Keywords: *Green Marketing, Brand Image, Fast Food Top Brand 2022, Repurchase Intention, and Consumer Satisfaction.*

**Pengaruh *Green Marketing*, Dan *Brand Image* Terhadap *Repurchase Intention* Yang Dimediasi *Kepuasan Konsumen*
(Studi Pada *Fast Food Top Brand 2022*)**

Oleh Haiatin Jamiilah

Abstrak

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan tujuan untuk membuktikan adanya pengaruh *Green Marketing* dan *Brand Image* baik secara langsung maupun secara tidak langsung terhadap *Repurchase Intention* dimana yang dimediasi variabel *Kepuasan Konsumen*. Penelitian ini menggunakan 100 responden dari konsumen restoran *Fast Food Top Brand 2022* di DKI Jakarta sebagai data primer, dan data sekunder peneliti peroleh melalui berbagai referensi yang berhubungan dengan penelitian. Pengambilan data menggunakan teknik purposive sampling dan dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif dan inferensial dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Sehingga pengolahan data memperoleh hasil bahwa (1) *Green Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*, (2) *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*, (3) *Green Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Kepuasan Konsumen*, 4) *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Kepuasan Konsumen*, 5) *Kepuasan Konsumen* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*.

Kata Kunci: *Green Marketing*, *Brand Image*, *Fast Food Top Brand 2022*, *Repurchase Intention*, dan *Kepuasan Konsumen*.



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2022/2023

Hari ini Selasa, tanggal 27 Desember 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Haiatin Jamillah

No.Pokok Mahasiswa : 1910111240

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Green Marketing, Dan Brand Image Terhadap Repurchase Intention Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen (Studi Pada Fast Food Top Brand 2022)

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / ~~Tidak Lulus~~ **

Penguli

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Yuliniar, SE, MM	Ketua	1.
2	Drs. Nobelson, MM	Anggota I	2.
3	Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S, MBA, CWM	Anggota II (**)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 27 Desember 2022

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi. Manajemen S.1

Siti Hidayat, SE, MM.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Green Marketing*, Dan *Brand Image* Terhadap *Repurchase Intention* Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen (Studi Pada *Fast Food Top Brand 2022*)”** tepat pada waktunya. Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat kelulusan pada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta dan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen. Pada kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materiil sehingga skripsi ini dapat selesai. Ucapan terima kasih ini penulis tujukan kepada:

1. Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, S.E., Ak., M.Ak., CA., CSR. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Terima kasih atas kemudahan birokrasi yang diberikan kepada peneliti.
2. Ibu Siti Hidayati, SE, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen yang telah memberikan kemudahan birokrasi selama terlebih khusus terkait dengan proses awal pendaftaram skripsi hingga skripsi ini diselesaikan.
3. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Terutama kepada Bapak dan Ibu Dosen Prodi Manajemen yang telah memberikan ilmu, pengetahuan, mendidik, dan membimbing peneliti selama perkuliahan. Semoga Bapak dan Ibu selalu dilimpahkan kesehatan, keudahan, dan dalam lingkungan-Nya.
4. Seluruh staf Tata Usaha Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, dan Perpustakaan UPN Veteran Jakarta yang telah membantu dan memudahkan segala urusan administrasi peneliti selama berkuliah.
5. Ibu Yuliniar, SE, MM selaku ketua penguji dan Bapak Drs. Nobelson, MM, CPM selaku penguji 1 yang telah memberikan saran dan kritik kepada peneliti hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Ibu Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S.,MBA.,CWM selaku dosen penguji 2 dan yang telah memberikan memberikan arahan dan saran yang sangat bermanfaat bagi penulis dalam menyusun skripsi ini.

7. Ibu yang telah memberikan doa, bantuan, dorongan dan semangat selama penyusunan penelitian ini.
8. Teman-teman satu angkatan dan satu bimbingan penelitian skripsi, yang telah berjuang bersama-sama penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Kakak tingkat saya yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Meskipun telah berusaha menyelesaikan skripsi ini sebaik mungkin, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih ada kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna menyempurnakan segala kekurangan dalam penyusunan skripsi ini.

Jakarta, 27 Desember 2022

A handwritten signature in blue ink, "Haiatin Jamiilah", is written over a 1000 Rupiah postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text "SEPULUH RIBU RUPIAH", "1000", "TEL", "METERAN", and "TEMPEL". The serial number "179BBAKX034956705" is visible at the bottom of the stamp.

Haiatin Jamiilah

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	10
I.3 Tujuan Penelitian	10
I.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
II.1 Landasan Teori	12
II.2 Penelitian Terdahulu	21
II.3 Model Penelitian	37
II.4 Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	41
III.1.1 Definisi Operasional.....	41
III.1.2 Pengukuran Variabel.....	42
III.2 Populasi Dan Sampel	43
III.2.1 Populasi.....	43
III.2.2 Sampel.....	43
III.3 Teknik Pengumpulan Data	45
III.3.1 Jenis Data	45
III.3.2 Sumber Data.....	45
III.3.3 Pengumpulan Data	46
III.4 Teknik Analisis Data	47
III.4.1 Uji Kualitas Data	48
III.4.1.1 Uji Validitas	48
III.4.1.2 Uji Reliabilitas	48
III.4.1.3 Statistik Deskriptif	49
III.4.1.4 Analisis Statistik Inferensial	49
III.4.2 Uji Hipotesis.....	52
III.4.2.1 Uji <i>R Square</i> (Koefisien Determinasi)	55
III.4.2.2 Uji <i>Q Square</i>	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	57

IV.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	57
IV.2 Deskripsi Data Penelitian	62
IV.2.1 Deskripsi Data Responden	62
IV.2.2 Deskripsi Data Deskriptif.....	66
IV.3 Uji Hipotesis dan Analisis	69
IV.3.1 Analisis Inferensial	70
IV.3.1.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	70
IV.3.1.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	76
IV.4 Pembahasan.....	81
IV.5 Keterbatasan Penelitian	83
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	88
V.1 Simpulan.....	88
V.2 Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Aspek-Aspek Pemasaran Ke Lima 5 Top Brand Fast Food Yang Meliputi Aspek Harga, Citra Merek Dan Pelayanan.	6
Tabel 2. Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3. Pengukuran Variabel.....	43
Tabel 4. Skala Pengukuran Likert	46
Tabel 5. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	47
Tabel 6. Interpretasi Nilai Loading Factor.....	49
Tabel 7. Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	55
Tabel 8. <i>Outer Loading</i> (GM)	66
Tabel 9. <i>Outer Loading</i> (BI).....	66
Tabel 10. <i>Outer Loading</i> (KK).....	67
Tabel 11. <i>Outer Loading</i> (RI)	68
Tabel 12. Nilai <i>Outer Loading</i>	71
Tabel 13. Nilai <i>Cross Loading</i>.....	72
Tabel 14. Nilai AVE	73
Tabel 15. <i>Composite Reliability</i>.....	74
Tabel 16. <i>Cronbach's Alpha</i>.....	75
Tabel 17. <i>R-Square</i>	77
Tabel 18. <i>Q-Square</i>	78
Tabel 19. <i>T-Statistic</i>	79
Tabel 20. Uji Mediasi	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Publication and Citations Trend On Green Marketing Research (1977-2020)	1
Gambar 2. Top Brand Fast Food 2022	5
Gambar 3. Contoh Sedotan, Kemasan, dan Alat Makan Ramah Lingkungan	7
Gambar 4. Model penelitian.....	37
Gambar 5. Langkah-Langkah Pls	50
Gambar 6. Diagram Jalur PLS.....	51
Gambar 7. Logo KFC	56
Gambar 8. Logo McDonald's.....	57
Gambar 9. Logo HokBen.....	58
Gambar 10. Logo A&W	59
Gambar 11. Logo Richeese Factory	60
Gambar 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi Beraktivitas	62
Gambar 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Gambar 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	63
Gambar 15. <i>Fast food top brand 2022</i> yang dipilih	64
Gambar 16. Karakteristik Responden Berdasarkan Membeli Produk Berapa kali	65
Gambar 17. <i>Outer Model</i>	70
Gambar 18. <i>Inner Model</i>	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	95
Lampiran 2 Hasil Penelitian Terdahulu	99
Lampiran 3 Data Kuesioner 100 Responden.....	103
Lampiran 4 Hasil dan Pembahasan	113