

**PENGARUH *GREEN EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP
ATTITUDINAL LOYALTY PADA KEDAI KOPI DI BANJARMASIN**

Skripsi

**Diajukan guna memenuhi sebagian syarat
Untuk memperoleh derajat Sarjana Psikologi
Universitas Lambung Mangkurat**



Oleh

Natalia Mariana Advensya Natadjaja

1910914320014

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS KEDOKTERAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**

Juli, 2023

Skripsi

**PENGARUH *GREEN EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP
ATTITUDINAL LOYALTY PADA KEDAI KOPI DI BANJARMASIN**

dipersiapkan dan disusun oleh

Natalia Mariana Advensya Natadjaja

telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 17 Juli 2023

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama

Anggota Dewan Penguji Lain



Dr. Silvia K. T. Febriana, M.Psi, Psikolog.
NIP. 198302172008122001



Dr. Muhammad Abdan Shadiqi, M.Si.
NIP. 199102232019031008

Pembimbing Pendamping



Remy Alfiannoor Achmad, S.Psi., M.A.
NIP. 198810102020121010



Rika Vira Zwagery, M.Psi., Psikolog.
NIP. 198709012015042004

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi



Sukma Noor Akbar, M.Psi., Psikolog
NIP. 198104212008121005

Koordinator Program Studi Psikologi

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Banjarmasin, 18 Juli 2023



Natalia Mariana Advensya Natadjaja
NIM. 1910914320014

ABSTRAK

PENGARUH *GREEN EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP *ATTITUDINAL LOYALTY* PADA KEDAI KOPI DI BANJARMASIN

Natalia Mariana Advensya Natadjaja

Kopi merupakan salah satu industri di Indonesia yang berkembang signifikan pertahunnya dan membuat persaingan dalam meningkatkan loyalitas konsumen sekaligus dengan perkembangannya bukan hanya memberikan dampak positif tetapi juga memberikan dampak negatif bagi lingkungan. Untuk itu, konsumen yang sadar terhadap pentingnya menjaga kelestarian lingkungan membuat perusahaan bersedia bertanggung jawab untuk tidak merusak lingkungan sehingga perusahaan membangun keunggulan kompetitif dengan menciptakan citra “ramah lingkungan” di persepsi konsumen sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *green experiential marketing*, dimensi *sense, feel, act, think* dan *relate* terhadap *attitudinal loyalty*. Studi ini memperoleh sebanyak 269 partisipan melalui kuesioner dan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria sampel adalah konsumen yang sedang mengunjungi dan menikmati kedai kopi di Banjarmasin. Instrumen alat ukur yang melalui tahapan proses adaptasi lintas budaya dan terbukti memiliki reliabilitas serta validitas yang memuaskan. Hasil hipotesis regresi berganda secara simultan menunjukkan bahwa *green experiential marketing* (*sense, feel, act, dan relate*) secara signifikan berpengaruh terhadap *attitudinal loyalty*. Kemudian, secara parsial hanya dimensi *sense, relate* signifikan berpengaruh terhadap *attitudinal loyalty*, sementara dimensi *feel* dan *act* tidak signifikan. Hasil riset ini dapat disimpulkan bahwa *green experiential marketing*, dimensi *sense* dan dimensi *relate* berpengaruh terhadap *attitudinal loyalty*, tetapi apabila melalui dimensi *feel* dan *act* tidak berpengaruh terhadap *attitudinal loyalty*.

Kata Kunci: *Green experiential marketing, attitudinal loyalty, kedai kopi*

ABSTRACT

THE EFFECT OF GREEN EXPERIENTIAL MARKETING ON ATTITUDINAL LOYALTY AT COFFE SHOPS IN BANJARMASIN

Natalia Mariana Advensya Natadjaja

Coffee is one of industrial commodities in Indonesia where the industry significantly grows every year and creates competition in increasing consumer loyalty. This has both positive and negative impacts on the environment. For this reason, consumers who are aware of the importance of preserving the environment make companies willing to be responsible for not damaging the environment, so the companies build competitive advantage by creating an "environmentally friendly" image for consumer perceptions to increase consumer loyalty. This study aims to investigate the effect of green experiential marketing dimensions of sense, feel, act, think and relate on attitudinal loyalty. There were 269 participants involved in a questionnaire, and they were selected using the purposive sampling technique with the sample criteria of being consumers visiting and enjoying coffee shops in Banjarmasin. The results of the hypothesis of simultaneous multiple regression show that green experiential marketing (sense, feel, act, and relate) had a significant effect on attitudinal loyalty. Partially, only dimensions of sense and relate significantly affected attitudinal loyalty. It can be concluded that green experiential marketing dimensions of sense and relate have an effect on attitudinal loyalty, while the dimensions of feel and act do not have any effect on it.

Keywords: Green experiential marketing, attitudinal loyalty, coffee shop.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Green Experiential Marketing* terhadap *Attitudinal Loyalty* Pada Kedai Kopi di Banjarmasin” ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Dalam penulisan skripsi ini juga terdapat pihak-pihak yang membantu penulis. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dekan Fakultas Kedokteran Universitas Lambung Mangkurat, Dr. dr. Istiana, M.Kes yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk melaksanakan penelitian.
2. Koordinator Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Lambung Mangkurat, Bapak Sukma Noor Akbar, S.Psi., M.Psi., Psikolog atas kesempatan dan izin yang telah diberikan.
3. Dosen Pembimbing, Ibu Dr. Silvia Kristanti Tri Febriana, M.Psi., Psikolog selaku pembimbing utama dan Bapak Rendy Alfiannoor Achmad, S.Psi., M.A selaku pembimbing pendamping yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan selalu mendukung penulis hingga akhir penulisan skripsi ini.
4. Dosen Penguji, Bapak Dr. Muhammad Abdan Shadiqi, S.Psi., M.Si dan Ibu Rika Vira Zwagery, M.Psi., Psikolog yang telah memberikan saran dan arahan agar penulisan skripsi ini dapat menjadi lebih baik.

5. Dosen Pembimbing Akademik, Ibu Meydisa Utami Tanau, M.Psi., Psikolog dan seluruh dosen Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Lambung Mangkurat yang memberikan pengajaran dan ilmu bermanfaat selama penulisa menempuh masa perkuliahan.
6. Seluruh staf Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Lambung Mangkurat yang telah banyak membantu dalam kelancaran penyelesaian skripsi ini salah satunya terkait surat menyurat izin penelitian.
7. Kedua Orang tua (Julianto Natadjaja & Jau Giok Lan) yang selalu memberikan doa, semangat, dan dukungan yang sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi.
8. Rekan ambis, Halimatus, Hanifa, Adel, Marissa, Pavita, Nada, dan Ghina yang telah berbagi banyak cerita, telah menerima penulis dengan apa adanya sebagai teman, keluarga, sahabat dan telah membantu peneliti selama penyelesaian skripsi ini.
9. Teman angkatan 2019 yang turut membantu selama menempuh perkuliahan, serta seluruh pihak yang terlibat dalam penyelesaian skripsi penulis.
10. Kamar 611, Ersha, Icha, Tina, dan Nur yang selalu menguatkan peneliti selama satu semester, memberikan dukungan, dan selalui kebersamai peneliti dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Mas pemilik NIM 155030207111050 yang senantiasa mendengarkan keluh kesah peneliti, memberikan dukungan, motivasi, pengingat, dan menemani peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

12. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for always being a giver and tryna give more than i receive.*

Penulis menyadari seutuhnya penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis terbuka untuk menerima saran dan kritik untuk perbaikan dan penyusunan penelitian di masa mendatang, sehingga dapat penelitian ini dan penelitian lainnya nanti akan bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu Psikologi Industri dan Organisasi.

Banjarbaru, 24 Juli 2023

Natalia Mariana

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	Error! Bookmark not defined.
1.4.2 Manfaat Praktis	Error! Bookmark not defined.
1.5 Signifikansi dan Keunikan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Loyalitas Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Definisi <i>Attitudinal Loyalty</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Jenis-jenis Loyalitas Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Aspek Loyalitas Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
2.2 <i>Green Experiential Marketing</i>	Error! Bookmark not defined.

	2.2.1	Definisi <i>Green Experiential Marketing</i>	Error! Bookmark not defined.
	2.2.2	Dimensi <i>Green Experiential Marketing</i>	Error! Bookmark not defined.
	2.2.3	Komponen <i>Green Experiential Marketing</i>	Error! Bookmark not defined.
	2.3	Hubungan <i>Green Experiential Marketing</i> dengan Loyalitas Konsumen	Error! Bookmark not defined.
	2.4	Landasan Teori	Error! Bookmark not defined.
	2.5	Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB III		METODE PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
	3.1	Rancangan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
	3.2	Identifikasi, Konseptualisasi, dan Operasionalisasi Variabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
	3.2.1	Identifikasi Variabel Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
	3.2.2	Definisi Konseptual dan Operasional Variabel Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
	3.3	Subjek & Tempat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
	3.3.1	Subjek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
	3.3.2	Tempat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
	3.4	Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
	3.4.1	Instrumen Penelitian	Error! Bookmark not defined.
	3.4.2	Pelaksanaan Uji Coba	Error! Bookmark not defined.
	3.4.3	Seleksi Item, Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur ..	Error! Bookmark not defined.
	3.5	Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
	3.5.1	Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
	3.5.2	Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.

BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	Error! Bookmark not defined.
4.1	Gambaran Subjek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.2	Pelaksanaan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.3	Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.1	Deskripsi Data Penelitian.	Error! Bookmark not defined.
4.3.2	Hasil Uji Asumsi.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.3	Hasil Uji Analisis Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.4	Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	Error! Bookmark not defined.
5.1	Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2	Saran	Error! Bookmark not defined.
5.2.1	Bagi Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2.2	Bagi Peneliti Selanjutnya.	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Halaman

- Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel Penelitian**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 2 Bobot Penilaian Berdasarkan Skala Likert **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 3 Rincian Alat Ukur Green Experiential Marketing Scale **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 4 Rincian Alat Ukur Loyalitas Konsumen Scale **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 1 Rincian Gambaran Subjek Penelitian**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 2 Rumus Perhitungan Skor Hipotetik Variabel Penelitian **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 3 Perbandingan Skor Hipotetik dan Skor Empirik Variabel Penelitian..... 52
- Tabel 4. 4 Rumusan Norma Kategorisasi Variabel Penelitian.. **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 5 Rumusan Kategorisasi Variabel Penelitian**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas Residual Kolmogorov-Smirnov....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas Setelah Dilakukan Outliers ... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 8 Hasil Uji ZSkewness dan ZKurtosis**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 9 Hasil Uji Linearitas**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 12 Hasil Uji Korelasi Pearson Product Moment..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 13 Interpretasi Koefisien Korelasi Sugiyono (2021) .. **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 14 Model Summary.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 15 Hasil Uji T Regresi Linear Berganda.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 16 Uji F Regresi Linear Berganda**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

A. Skala Orisinil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
B. Perizinan Penggunaan Alat Ukur	Error! Bookmark not defined.
C. Surat Pernyataan Bimbingan	Error! Bookmark not defined.
D. Hasil Adaptasi	Error! Bookmark not defined.
E. Kuesioner Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
F. Biodata Dalam Proses Adaptasi.....	Error! Bookmark not defined.
G. Penilaian Uji Keterbacaan	Error! Bookmark not defined.
H. Dokumentasi	Error! Bookmark not defined.
I. Perhitungan G*Power	Error! Bookmark not defined.
J. Hasil Uji Validitas, Reliabilitas, dan Seleksi Item ..	Error! Bookmark not defined.
K. Hasil Uji Normalitas Variabel <i>Green Experiential Marketing</i> dan <i>Attitudinal Loyalty</i>	Error! Bookmark not defined.
L. Hasil Uji Linearitas Variabel <i>Green Experiential Marketing</i> dan <i>Attitudinal Loyalty</i>	Error! Bookmark not defined.
M. Hasil Uji Multikolinearitas Variabel <i>Green Experiential Marketing</i> dan <i>Attitudinal Loyalty</i>	Error! Bookmark not defined.
N. Hasil Uji Heteroskedastisitas Variabel <i>Green Experiential Marketing</i> dan <i>Attitudinal Loyalty</i>	Error! Bookmark not defined.
O. Hasil Deskriptif Penelitian	Error! Bookmark not defined.
P. Hasil Uji Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
Q. Surat Izin Uji Coba dan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.

R. Sertifikat Uji Plagiarisme**Error! Bookmark not defined.**

S. Lembar Lulus Uji Format**Error! Bookmark not defined.**

