

SKRIPSI

**PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN *SERVICE QUALITY*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY STARBUCKS* DI KOTA
BANJARMASIN**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Pada
Program Studi Administrasi Bisnis




Oleh :
NORHALIMAH
NIM : 1610412320031



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
BANJARMASIN
2023**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

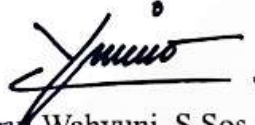
PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* STARBUCKS DI KOTA BANJARMASIN

- A. Nama Mahasiswa : Norhalimah
NIM : 1610412320031
- B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
- C. Tim Penguji
- Pembimbing
Prof. Dr. Hairudinor, S.Sos, MM []
NIP. 197306161999031003
 - Penguji I
Dr. Marvono, S.Sos, M.Si []
NIP. 197606132006041001
 - Penguji II
Dra. Siti Rusidah, MM []
NIP. 196206171989032001


Banjarmasin, 21 September 2023

Koordinator

Prodi Administrasi Bisnis


Nurul Wahvuni, S.Sos, M.AB
NIP. 197511052001122001

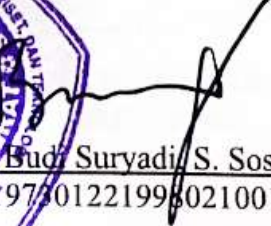
Ketua Pembimbing


Prof. Dr. Hairudinor, S.Sos, MM
NIP. 197306161999031003

Mengetahui

Dekan FISIP UNLAM




Budh Suryadi, S. Sos, M. Si
NIP. 197301221996021001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Selasa tanggal 27 bulan Juni tahun 2023, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 3782/UN8.1.13/KP.10.00/2023 tanggal 23 Juni 2023 untuk menguji skripsi :

Nama : Norhalimah
NIM : 1610412320031
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Green Marketing* dan *Quality Service* Terhadap *Customer Loyalty* Starbucks di Kota Banjarmasin

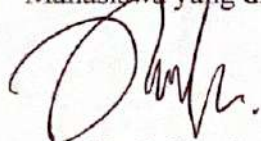
Tempat Ujian : Ruang Sidang 2
Waktu Ujian : 1000 Wita s.d Selesai
Nilai : 70 (A-)
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~


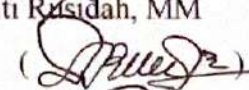
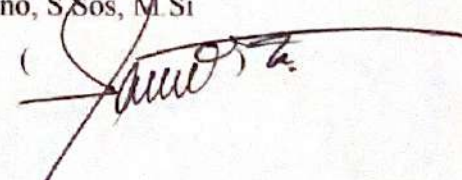
Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 27 Juni 2023

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,


Norhalimah

1. Ketua : Dr. H. Hairudinger, S.Sos, MM

2. Sekretaris : Dra. Hj. Siti Rusidah, MM

3. Anggota : Dr. Maryono, S.Sos, M.Si


Mengetahui/membenarkan :
Dekan
Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,


Hj. Nuni Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 19751105 200112 2 001

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Green Marketing* Dan *Service Quality Terhadap Customer Loyalty Starbucks* Di Kota Banjarmasin” sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang terlibat antara lain:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, SE., M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB. selaku Koordinator Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
4. Ibu Noor Hidayati S.Sos M.AB selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
5. Bapak Prof. Dr. H. Hairudinor, S.Sos, MM selaku Dosen Pembimbing skripsi yang banyak memberi arahan dan bimbingan dengan penuh kesabaran.

6. Ibu Dra. Hj. Siti Rusidah, MM selaku Dosen Penguji I skripsi ini yang banyak memberi arahan dan bimbingan dengan penuh kesabaran.
7. Bapak Dr. Maryono, S.Sos, M.Si selaku Dosen Penguji II skripsi ini yang banyak memberi arahan dan bimbingan dengan penuh kesabaran.
8. Bapak dan Ibu Dosen, Staff program Studi Administrasi Bisnis dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat yang telah banyak membantu dengan sabar.
9. Kedua orangtua saya yang telah bersabar dan banyak memberi dukungan untuk dapat menyelesaikan skripsi dan studi ini.
10. Kakak dan adik saya yang telah memberi dukungan untuk dapat menyelesaikan studi ini.
11. Teman-teman prodi Administrasi Bisnis, yang memberi pengalaman berkesan selama studi, hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Semua pihak yang ikut serta mendukung dalam pembuatan skripsi ini.

Terima kasih kepada banyak pihak yang membantu. Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, kritik dan saran yang bersifat membangun lebih baik sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Banjarmasin, Juni 2023

Norhalimah

PERSEMBAHAN

Rasa Syukur dan Terimakasih ku kepada Allah SWT. berkat Rahmat dan Karunia-Nya membawa saya sejauh ini dan menyelesaikan skripsi ini. Segala bentuk kebaikan yang hadir adalah berkah doa dari orang-orang tercinta.

*Dengan rasa bangga dan bahagia karena telah mendukung hingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Karya ini kupersembahkan kepada pemberi cinta tak terbatas:
Ibu dan Bapak,*

*Yang memberi aku ruang kebebasan dalam memilih pendidikan dan pilihan masa depan,
Kedua orang tua yang saya sayangi, bapak Amir dan ibu Siti Rukayah yang selalu percaya
dan mendukung saya hingga detik ini.*

Dengan kutipan yang Tulus :

*Di mana pun kalian berada. Kukirimkan terima kasih. Untuk warna dalam hidupku dan
banyak kenangan indah,
Kau melukis aku...
Lembar monokrom hitam-putih,
aku coba ingat warna demi warna di hidupku
Tak akan ku mengenal cinta,
Bila bukan karna hati baik kalian.*

*Rasa terimakasih selalu ku ucapkan untuk mereka yang telah hadir karena telah banyak
membantu dalam karya ini :*

- Kakak perempuan saya tercinta sekaligus sahabat, Siti Imroatul Khasanah dan keluarga kecilnya yang selalu membagi banyak kebaikan serta mendukung dalam segala bentuk. Serta saudara laki-laki saya yang menambah warna dalam kehadirannya.
- Sahabat, sekaligus seperti saudari, Meika Marito Sihombing, terimakasih telah selalu hadir dalam setiap kurang, menerima, mendengar, mengingatkan. Menghiasi kehidupan kampus dengan penuh warna, hingga detik ini terimakasih untuk selalu ada.
- Teman satu periode 2019 HIMABI, terimakasih telah menjadi ruang berbagi, belajar, dan bertukar pikiran. Hal yang sangat begitu impactfull untuk kehidupanku dalam menempuh jenjang karir. Banyak hal yang tidak aku dapati di mata kuliah sekalipun. Karena pengalaman bersama kalian lebih berharga dari apapun. Hingga detik ini, kebersamaan dan dukungan dari kalian membawa pada hubungan yang begitu berharga.

- Ichan, Yunita, dan Aqmarina yang selalu mendukung, mendengar dalam hal apapun. Terimakasih telah mengerti hingga selama ini, semoga terus bersama hingga tua nanti.
- Founder Tempat saya bekerja CV Klik Dua Kali, Ali Aqsa yang memberi saya dukungan dan motivasi untuk dapat terus lebih baik dan untuk dapat menyelesaikan studi ini.
- Teman satu angkatan seperjuangan, Tias, Nida, Devi, Honey yang terus saling membagi, membantu dan memotivasi dalam Grup Kelulusan baik dari doa, mental dan fisik. Begitu bermakna kebersamaan di titik ini. Terimakasih banyak atas segala halnya.

Skripsi ini merupakan persembahan istimewa dari diri sendiri dan untuk orang yang saya cintai. Terima kasih atas dukungan, kebaikan, perhatian, dan kebijaksanaannya. Terima kasih karena memberitahu saya agar dapat hidup dengan lebih baik.

"Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan sekecil apapun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya." (Q.S Al-Zalzalah: 7)

ABSTRAK

Norhalimah 1610412320031, 2023, Pengaruh *Green Marketing* dan *Service Quality* Terhadap *Customer Loyalty* Starbucks di Banjarmasin. Dibimbing oleh Hairudinor.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji secara parsial dan simultan Pengaruh *Green Marketing* dan *Service Quality* Terhadap *Customer Loyalty* Starbucks di Banjarmasin.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, desain penelitian ini adalah metode survey dengan tipe asosiatif kausal. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, dengan 150 sampel. Data diambil dari kuesioner. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Terdapat pengaruh signifikan secara parsial *Green Marketing* Terhadap *Customer Loyalty* Starbucks di Banjarmasin, (2) Terdapat pengaruh signifikan secara parsial *Service Quality* Terhadap *Customer Loyalty* Starbucks di Banjarmasin, (3) Terdapat pengaruh signifikan secara simultan *Green Marketing* dan *Service Quality* Terhadap *Customer Loyalty* Starbucks di Banjarmasin, dengan tingkat pengaruh yang rendah.

Kata Kunci : *Green Marketing, Service Quality, Customer Loyalty.*

ABSTRACT

Norhalimah 1610412320031, 2023, The Influence of Green Marketing and Service Quality on Starbucks Customer Loyalty in Banjarmasin. Supervised by Hairudinor.

This study aims to determine and test partially and simultaneously the effect of Green Marketing and Service Quality on Starbucks Customer Loyalty in Banjarmasin.

This research is a quantitative research, the research design is a survey method with a causal associative type. Sampling in this study used a purposive sampling method, with 150 samples. Data was taken from a questionnaire. Data analysis using multiple linear regression analysis.

The results showed that (1) There was a partial significant effect of Green Marketing on Starbucks Customer Loyalty in Banjarmasin, (2) There was a partial significant effect of Service Quality on Starbucks Customer Loyalty in Banjarmasin, (3) There was a simultaneous significant effect of Green Marketing and Service Quality Against Starbucks Customer Loyalty in Banjarmasin, with a low level of relationship.

Keywords : *Green Marketing, Service Quality, Customer Loyalty.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	18
1.1. Latar Belakang.....	18
1.2. Rumusan Masalah.....	30
1.3. Tujuan.....	31
1.4. Manfaat Penelitian.....	31
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	33
2.1. Landasan Teori.....	33
2.1.1. Marketing (Pemasaran).....	33
2.1.1.1. Pengertian Marketing (Pemasaran).....	33
2.1.1.2. Strategi Pemasaran.....	35
2.1.1.3. Bauran Pemasaran.....	36
2.1.1. Perilaku Konsumen.....	39
2.1.1.1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	39
2.1.1.2. Faktor-faktor yang menentukan perilaku konsumen.....	40
2.1.2. Customer Loyalty.....	44
2.1.2.1. Pengertian Customer Loyalty.....	44
2.1.2.2. Karakteristik Loyalitas.....	45
2.1.2.3. Indikator Customer Loyalty.....	46
2.1.2.4. Tujuan Green Marketing.....	47
2.1.3. Green Marketing.....	48

2.1.2.1. Perspektif Green Marketing.....	48
2.1.2.2. Pengertian Green Marketing.....	50
2.1.2.2. Indikator Green Marketing.....	52
2.1.2.3. Tujuan Green Marketing.....	55
2.1.3. Service Quality.....	56
2.1.3.1. Pengertian Service Quality.....	56
2.1.3.2. Indikator Service Quality.....	57
2.1.3.3. Tujuan Service Quality.....	58
2.1.3.4. Perspektif Service Quality.....	59
2.2. Penelitian Terdahulu.....	61
2.3. Hipotesis dan Model Penelitian.....	65
2.3.1. Hipotesis Penelitian.....	65
2.3.2. Model Penelitian.....	69
BAB III METODE PENELITIAN.....	71
3.1. Pendekatan Penelitian.....	71
3.2. Desain Penelitian.....	71
3.3. Lokasi Penelitian.....	72
3.4. Populasi, Besar Sampel, dan Teknik Sampling.....	72
3.4.1. Populasi.....	72
3.4.2. Besar Sampel.....	72
3.4.3. Teknik Sampling.....	74
3.5. Definisi Operasional Variabel.....	74
3.5.1. Variabel Terikat (Dependent).....	74
3.5.1.1. Variabel Customer Loyalty (Y).....	74
3.5.2. Variabel Bebas (Independent).....	75
3.5.2.1. Variabel Green Marketing (X1).....	75
3.5.2.2. Variabel Service Quality (X2).....	77
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	79
3.7. Teknik Analisa Data.....	79
3.7.1. Skala Pengukuran.....	79
3.7.2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	80
3.7.2.1. Uji Validitas.....	80
3.7.2.2. Uji Reliabilitas.....	80
3.7.3. Uji Asumsi Klasik.....	82
3.7.3.1. Uji Normalitas.....	82
3.7.3.2 Uji Multikolinieritas.....	83
3.7.3.3. Uji Heteroskedastisitas.....	84

3.7.4. Analisis Statistik Deskriptif.....	85
3.7.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	86
3.7.6. Alat Uji Hipotesis.....	86
3.7.6.1. Uji Parsial (Uji t).....	86
3.7.6.2. Uji Simultan (Uji F).....	88
3.7.6.3. Koefisien Determinasi (R ²).....	89
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	90
4.1. Profil Responden.....	90
4.2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	92
4.2.1. Hasil Uji Validitas.....	92
4.2.2. Hasil Uji Reliabilitas.....	95
4.3. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	96
4.3.1. Hasil Uji Normalitas.....	96
4.3.2. Hasil Uji Multikolinieritas.....	97
4.4.1 Variabel Customer Loyalty (Y).....	100
4.4.2. Variabel Green Marketing (X1).....	101
4.4.3. Variabel Service Quality (X2).....	104
4.5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	108
4.6. Hasil Pengujian Hipotesis.....	109
4.6.1. Hasil Uji Parsial (Uji t).....	109
4.6.2. Hasil Uji Simultan (Uji F).....	110
4.6.2. Pengujian Koefisien Determinasi (R).....	111
BAB V PEMBAHASAN HASIL.....	113
5.1. Interpretasi Hasil.....	113
5.1.1 Pengaruh Green Marketing Terhadap Customer Loyalty.....	113
5.1.2 Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Loyalty.....	114
5.1.3 Pengaruh Green Marketing dan Service Quality Terhadap Customer Loyalty.....	116
5.2 Implikasi Hasil.....	117
5.2.1 Pengaruh Green Marketing Terhadap Customer Loyalty.....	117
5.2.2 Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Loyalty.....	118
5.2.3 Pengaruh Green Marketing dan Service Quality Terhadap Customer Loyalty.....	119
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	121
BAB VI PENUTUP.....	122
6.1. Kesimpulan.....	122
6.2. Saran.....	122

DAFTAR PUSTAKA.....	126
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
BIODATA PENELITI	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Top Brand Kategori Café Kopi 2018 – 2022.....	16
Table 2.1. Penelitian Terdahulu.....	58
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel.....	75
Tabel 3.2. Skala Likert.....	77
Tabel 3.3. Rentang Kategori Jawaban Responden.....	83
Tabel 3.4. Interpretasi Koefisien Korelasi.....	87
Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden.....	88
Tabel 4.2. Usia Responden.....	88
Tabel 4.3. Pekerjaan Responden.....	89
Tabel 4.4. Pendapatan Responden.....	89
Tabel 4.5. Jumlah Pembelian Responden.....	90
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas.....	91
Tabel 4.7. Hasil Uji Reliabilitas.....	93
Tabel 4.8. Hasil Uji Normalitas.....	95
Tabel 4.9. Hasil Uji Multikolinieritas.....	96
Tabel 4.10. Deskriptif Statistik.....	98
Tabel 4.22. Hasil Uji Regresi.....	107
Tabel 4.23. Hasil Uji Parsial.....	108
Tabel 4.24. Hasil Uji Simultan.....	109
Tabel 4.25. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi.....	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2. Pra Survey Pelanggan cafe kopi di Kota Banjarmasin.....	16
Gambar 1.3. Grafik Gerai Starbucks di Dunia 2022.....	17
Gambar 1.4. Pra Survey Alasan Responden memilih Merek cafe kopi di Kota Banjarmasin secara berulang.....	18
Gambar 1.5. Intensitas kunjungan ke Cafe Kopi di Kota Banjarmasin dalam sebulan.....	19
Gambar 1.6. Starbucks Green Marketing; Aksi “Hijau” Indonesia Untuk Bumi.	22
Gambar 1.7. Produk Starbucks.....	23
Gambar 1.8. Merchandise Produk Starbucks.....	24
Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas.....	93
Gambar 4.2. Kurva Hasil Uji Normalitas.....	94
Gambar 4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	96

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Kuesioner.....	
Lampiran 2 Tabulasi Data (Hasil Jawaban Responden)	
Lampiran 3 Output SPSS 26.....	
Lampiran 4 R-Table	