

**PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA *BRAND*
SKINCARE THE BODY SHOP DI MARGO CITY**



IZMI ASYIFA FEBRIANTI

NIM: 1805421029

**Skripsi yang Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

2022



ABSTRAK

IZMI ASYIFA FEBRIANTI. Pengaruh *Green Marketing* dan *Brand Image* terhadap Kepuasan Konsumen pada *Brand Skincare* The Body Shop di Margo City.

Penelitian ini bertujuan mengetahui seberapa besar pengaruh secara parsial dan simultan antara *green marketing* dan *brand image* terhadap kepuasan konsumen The Body Shop di Margo City. Selain itu, penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan bagi The Body Shop untuk meningkatkan strategi *green marketing* dan mempertahankan *brand image* sehingga diharapkan berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *green marketing* dan *brand image* secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen The Body Shop di Margo City. Selain itu, jenis penelitian ini adalah asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan dalam pemilihan sampel adalah *purposive sampling* dengan perhitungan sampel menggunakan rumus *unknown population*. Penelitian disebarkan ke seratus responden dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumennya dan diolah melalui SPSS 26. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini telah memenuhi syarat distribusi normal dan dikatakan bahwa penelitian ini layak digunakan. Berdasarkan hasil regresi korelasi parsial, variabel *green marketing* memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebanyak 40,8%. Selanjutnya variabel *brand image* memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebanyak 56,8%. Pada R^2 , variabel terikat dipengaruhi oleh dua variabel bebas sebesar 59,7% sedangkan 40,3% lainnya dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak terlibat dalam penelitian ini seperti kualitas layanan, kualitas produk, loyalitas pelanggan, *brand awareness*, dan lainnya. Berdasarkan hasil penelitian ini, variabel *brand image* berpengaruh besar terhadap kepuasan konsumen The Body Shop di Margo City.

Kata kunci: *green marketing*, *brand image*, dan kepuasan konsumen.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



ABSTRACT

IZMI ASYIFA FEBRIANTI. *The Effect of Green Marketing and Brand Image on Consumer Satisfaction at the Skincare Brand The Body Shop in Margo City. 2022*

This study aims to determine how much influence partially and simultaneously between green marketing and brand image on consumer satisfaction at the skincare brand The Body Shop in Margo City. In addition, this research is expected to be a consideration for The Body Shop to improve its green marketing strategy and maintain brand image so that it is expected to have an effect on increasing consumer satisfaction. The purpose of this study is to partially and simultaneously analyze the impact of green marketing and brand image on consumer satisfaction for The Body Shop in Margo City. Moreover, this type of research is causal with quantitative approaches. The method used in sample selection is purposeful sampling by sample calculation using an unknown population formula. This study was distributed to 100 respondents using a questionnaire as a vehicle and processed by SPSS 26. The data analysis methods used in this study were traditional hypothesis testing and hypothesis testing. The results of this study meet the requirements for a normal distribution and the study is said to be usable. Based on partial correlation regression results, green marketing variables influence consumer satisfaction by as much as 40.8%. Additionally, the brand image variable has a 56.8% impact on consumer satisfaction. In R², the dependent variable is 59.7% influenced by two independent variables, while the remaining 40.3% are influenced by other variables not relevant to this study, such as service quality, product quality, customer loyalty, and brand awareness. Affected. Based on the results of this study, brand image variables have a significant impact on consumer satisfaction for The Body Shop in Margo City.

Keyword: *green marketing, brand image, and consumer satisfactio*

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Izmi Asyifa Febrianti
NIM : 1805421029
Program Studi : Administrasi Bisnis Terapan
Judul Skripsi : Pengaruh *Green Marketing* dan *Brand Image* terhadap Kepuasan Konsumen pada *Brand Skincare The Body Shop* di Margo City

Depok, 18 November 2022

Pembimbing I

Dr. Nining Latianingsih, S.H., M.H
NIP. 196209301992032001

Pembimbing II

Riza Hadikusuma, M.Ag
NIP. 197404032001121002

Mengetahui,
Ketua Jurusan Administrasi Niaga

Dr. Dra Iis Mariam, M.Si
NIP. 196501311989032001



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Izmi Asyifa Febrianti
NIM : 1805421029
Program Studi : Administrasi Bisnis Terapan
Judul Skripsi :Pengaruh *Green Marketing* dan *Brand Image* terhadap
Kepuasan Konsumen pada *Brand Skincare* The Body Shop
di Margo City

Telah berhasil diperhankan di hadapan tim penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis pada Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta pada:

Hari : Jumat
Tanggal : 18 November 2022
Waktu : 14.30 WIB

TIM PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. Nining Latianingsih, S.H., M.H

NIP 196209301992032001

Penguji 1 : Dewi Winarni Susyati, S.E., M.Si

NIP 195906041989102001

Penguji 2 : Erlyn Rosalina, S.Hum., M.Pd

NIP 198711122019032011



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Terapan Administrasi Bisnis, baik di Politeknik Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Negeri Jakarta.

Depok, 18 November 2022

Yang membuat pernyataan



Izmi Asyifa Febrianti
NIM 1805421029

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT., berkat rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kemudahan peneliti dalam proses penyusunan tugas akhir dengan judul “Pengaruh *Green Marketing* dan *Brand Image* terhadap Kepuasan Konsumen pada *Brand Skincare* The Body Shop di Margo City” sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr) pada Program Studi Administrasi Bisnis Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta.

Peneliti menyadari bahwa proses penelitian ini tidak terlepas dari partisipasi, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Sc. H. Zainal Nur Arifin, Dipl-Ing. HTL, M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Dra. Iis Mariam., M.Si. selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta.
3. Husnil Barry, S.E., M.S.M. selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Terapan.
4. Dr. Nining Litianingsih, S.H., M.H. selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan masukan, saran dan arahan kepada peneliti sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Riza Hadikusuma M.Ag. selaku dosen pembimbing II yang dengan tulus meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam penyelesaian penulisan tugas akhir ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
6. Dosen Politeknik Negeri Jakarta Prodi Administrasi Bisnis Terapan yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada peneliti selama masa perkuliahan.
7. Ibunda Euis Suningsih dan Ayahanda Asep Sulaiman, yang telah memberikan dukungan baik secara moril maupun materil selama penyusunan tugas akhir.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

8. Almarhumah Sunarsih, sebagai nenek dan ibu yang menyayangi dan menemani peneliti tumbuh bersama sejak lahir hingga tahun 2021.
9. Susanti Octaviani, selaku Ketua Kelas ABT 8B 2018 yang dengan tulus membantu peneliti sebagai penghubung antara peneliti dengan dosen dan admin dalam penyusunan tugas akhir.
10. Agung Aji Prasetyo, sebagai kekasih yang dengan tulus menemani dan mendukung peneliti dalam kondisi apa pun sejak semester tiga hingga penyusunan tugas akhir.
11. Deandra Carin Az Zahra, Mila Herfina, Erista Nurdiansyah, dan Abdul Majid sebagai sahabat terbaik yang telah memberikan bantuan dalam bertukar pikiran serta dukungan terbaik dalam penyusunan tugas akhir.
12. Teman-teman Administrasi Bisnis Terapan kelas ABT 8B yang telah memberikan dukungan dan masukan kepada peneliti selama penyusunan tugas akhir.
13. Seluruh pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan tugas akhir ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang membangun dari semua pihak guna sebagai bahan evaluasi untuk menyempurnakan penelitian skripsi. Akhir kata, peneliti berharap tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi peneliti, pembaca, maupun pihak lain yang berkepentingan.

Jakarta, 24 Mei 2022

Penulis

Izmi Asyifa Febrianti
NIM: 1805421029



DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Pembatasan Masalah	7
1.4 Perumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	7
BAB II	8
2.1 Kerangka Teori	8
2.1.1 <i>Marketing</i>	8
2.1.2 <i>Bauran Pemasaran</i>	10
2.1.3 <i>Green Marketing</i>	11
2.1.4 <i>Brand Image</i>	17
2.1.5 <i>Kepuasan Konsumen</i>	19
2.2 Hasil Penelitian/Jurnal yang Relevan	20
2.3 Deskripsi Konseptual	26
2.4 Hipotesis	27
BAB III	28
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	28

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.2 Metode Penelitian	28
3.2.1 Populasi dan Sampel	29
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	31
3.2.3 Teknik Pengolahan Data	34
3.2.4 Teknik Analisis Data.....	36
BAB IV	41
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	41
4.2 Uji Instrumen.....	41
4.2.1 Hasil Uji Validitas	42
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	45
4.3 Karakteristik Responden.....	46
4.3.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
4.3.2 Responden Berdasarkan Usia	47
4.3.3 Responden Berdasarkan Status.....	47
4.3.4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	48
4.3.5 Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	49
4.3.6 Responden Berdasarkan Sumber Pendapatan.....	50
4.4 Hasil Rekapitulasi Data	50
4.4.1 Rekapitulasi Data Variabel <i>Green Marketing</i> (X1)	51
4.4.2 Rekapitulasi Data Variabel <i>Brand Image</i> (X2).....	57
4.4.3 Rekapitulasi Data Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	62
4.5 Hasil Analisis Data	68
4.5.1 Analisis Uji Asumsi Klasik	69
4.5.2 Analisis Uji Hipotesis	73
4.6 Pembahasan	77
BAB V	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN.....	86



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Laju Pertumbuhan Penduduk Indonesia, 1961 - 2020	1
Gambar 1.2 Komposisi Sampah Berdasarkan Jenis Sampah	2
Gambar 1.3 Komposisi Penduduk Menurut Generasi di Tahun 2020	4
Gambar 2.1 Skema Deskripsi Konseptual	26
Gambar 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Gambar 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	47
Gambar 4.3 Data Responden Berdasarkan Status	48
Gambar 4.4 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	48
Gambar 4.5 Data Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	49
Gambar 4. 6 Data Responden Berdasarkan Sumber Pendapatan.....	50
Gambar 4.7 Grafik Histogram Uji Normalitas	70
Gambar 4.8 Grafik <i>P-Plot</i> Uji Normalitas.....	70
Gambar 4.9 Grafik <i>Scatterplot</i>	72

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Jurnal Relevan/Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	28
Tabel 3.2 Skala Likert	31
Tabel 3.3 Variabel Operasional	32
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Green Marketing</i> (X1)	42
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> (X2)	43
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	44
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.5 Rekapitulasi Data Jawaban Responden Variabel <i>Green Marketing</i>	51
Tabel 4.6 Rekapitulasi Data Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i>	57
Tabel 4.7 Rekapitulasi Data Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen..	62
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas	69
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas.....	71
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	73
Tabel 4.11 Hasil Analisis Uji Signifikansi Parsial T	74
Tabel 4.12 Hasil Analisis Uji Signifikansi Simultan F	75
Tabel 4.13 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	76
Tabel 4.14 Hasil Korelasi Secara Parsial	76

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Draf Kuesioner Penelitian.....	86
Lampiran 2 Tabulasi <i>Pre-Test</i>	96
Lampiran 3 Hasil Uji Coba Validitas.....	99
Lampiran 4 Hasil Uji Coba Reliabilitas.....	102
Lampiran 5 Tabel R Uji Validitas <i>Pre-Test</i>	103
Lampiran 6 Tabulasi Data X1	104
Lampiran 7 Tabulasi Data X2	107
Lampiran 8 Data Tabulasi Y	110
Lampiran 9 Hasil <i>Output</i> SPSS Uji Asumsi Klasik.....	113
Lampiran 10 Hasil <i>Output</i> SPSS Uji Hipotesis.....	115
Lampiran 11 Tabel T.....	117
Lampiran 12 Tabel F.....	118
Lampiran 13 Surat Izin Mencari Data	119
Lampiran 14 <i>Curriculum Vitae</i>	120

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan penduduk Indonesia dengan tingkat kelahiran setiap tahunnya diprediksi akan terus bertambah. Berdasarkan data yang diperoleh melalui Badan Pusat Statistik (BPS) sampai dengan September 2020, jumlah penduduk Indonesia sebesar 270, 20 juta jiwa. Berdasarkan gambar 1.1, hasil dari sensus penduduk tahun 2020 dibandingkan dengan sepuluh tahun terakhir, memperlihatkan penambahan jumlah penduduk sebanyak 3,26 juta jiwa setiap tahun.



Gambar 1.1 Jumlah Laju Pertumbuhan Penduduk Indonesia, 1961 - 2020

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2022

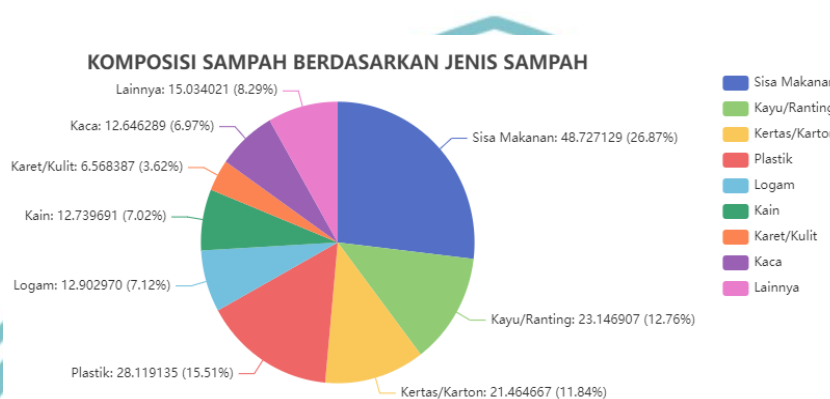
Pertumbuhan penduduk yang semakin bertambah akan diikuti dengan meningkatnya kebutuhan manusia terhadap suatu barang atau jasa. Apabila kebutuhan terus meningkat, produsen akan melakukan upaya untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Dampak dari upaya pemenuhan kebutuhan tersebut secara masif meningkatkan penurunan kualitas lingkungan sehingga menyebabkan terjadinya penumpukan sampah berkelanjutan dan berakibat pada iklim yang



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

eskrim sehingga dapat menyebabkan terjadinya ancaman terhadap iklim secara global yang dapat membahayakan kesehatan bumi, manusia, tumbuhan, dan hewan.



Gambar 1.2 Komposisi Sampah Berdasarkan Jenis Sampah
Sumber: Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional, 2022

Terdapat sembilan komposisi sampah yang digolongkan berdasarkan jenis sampah. Peringkat kedua sampah terbesar yaitu diperoleh dari sampah plastik yang memiliki persentase sebesar 15,51% atau sebanyak 28.119.135 juta sampah. Sampah kaca didapat pada peringkat kedelapan dengan persentase 6,97% atau sebanyak 12.646.289 juta sampah.

Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan dalam Novellno (2022) menjelaskan:

Total sampah Indonesia di tahun 2021 meraih 68,5 juta ton. Dari jumlah itu, sebanyak 11,6 juta ton disumbang oleh sampah plastik termasuk diantaranya wadah kosmetik dan *skincare* yang sulit diuraikan kembali atau didaur ulang. Sampah tersebut disebabkan oleh perusahaan industri dan perilaku konsumen yang kurang memperhatikan dampak yang disebabkan dari penggunaan produk yang sulit didaur ulang yang digunakan sehari-hari.

Masyarakat Indonesia mulai menyadari pentingnya menjaga lingkungan. Hal tersebut mengubah perilaku konsumen dalam memilih suatu produk yang memenuhi kebutuhan, menghasilkan kepuasan, serta produk yang ramah lingkungan yang ditawarkan pemasar. Terjadinya kesadaran masyarakat Indonesia yang *aware* terhadap lingkungan *memunculkan* sebuah istilah yang disebut *green*



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

consumerism, yaitu adanya suatu gerakan atau aksi manusia dimulai dengan adanya kesadaran konsumen atas haknya untuk memperoleh produk yang layak, tidak berbahaya bagi konsumen dan lingkungan, serta produk tersebut dapat didaur ulang.

Pemerintah Indonesia menerapkan kebijakan yang mengatur tentang lingkungan hidup, di antaranya yaitu Peraturan Pemerintah (PP) Indonesia No. 4 Tahun 2011 tentang pengendalian kerusakan dan atau pencemaran lingkungan hidup serta dukungan sistem manajemen lingkungan mengenai penerapan ISO 14000 dan ISO 14020 mengenai *eco-labeling*. ISO 14020 merupakan suatu model sertifikasi produk yang memberi jaminan terhadap produsen dan konsumen bahwa proses yang dilakukan dalam sistem produksinya bersifat ramah lingkungan dan dapat didaur ulang. *Eco-labeling* diberikan pemerintah sebagai bentuk dukungan terhadap produk ramah lingkungan.

Kesadaran masyarakat Indonesia yang kian meningkat terhadap isu produk ramah lingkungan, menjadi suatu fokus utama bagi perusahaan atau pelaku bisnis dalam menerapkan isu tersebut sebagai salah satu strategi pemasaran yang disebut segmentasi pasar melalui konsep *green marketing*. *Green marketing* menciptakan kepuasan bagi konsumen yang memakainya, kebutuhannya berhasil didapatkan, serta keinginan untuk berkontribusi melestarikan lingkungan (Hati & Kartika, 2018:120).

Green marketing berfokus pada empat elemen dari bauran pemasaran, yaitu produk, harga, promosi, dan distribusi atau tempat sebagai fokus utama dalam menjual produk dan layanan yang dibentuk dari pengurangan limbah, peningkatan efisiensi energi, menggunakan bahan baku yang berasal dari alam dan tumbuhan, serta pengurangan kandungan yang beracun pada bahan produk dan kemasan yang akan dijual. Perbedaan *Green marketing* dengan bauran pemasaran terletak pada fokus segmentasinya, yaitu lingkungan.

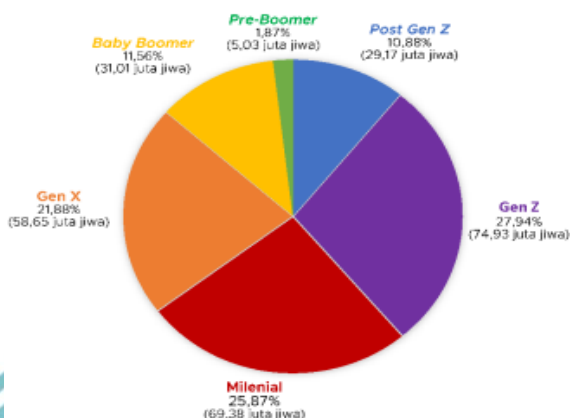
Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 1.3 Komposisi Penduduk Menurut Generasi di Tahun 2020

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2022

Berdasarkan gambar 1.3 di atas, dapat dikatakan bahwa generasi Z (lahir tahun 1997-2012) meraih peringkat tertinggi dengan persentase 27,94% atau sebanyak 74,93 juta jiwa dalam komposisi penduduk Indonesia menurut generasi. Pada usia tersebut, salah satu kebutuhan yang diinginkan generasi Z adalah perawatan kulit dan kecantikan. Hal tersebut menjadi peluang bagi pelaku usaha di bidang kecantikan.

Salah satu industri yang unggul dalam mengusung konsep *green marketing* adalah industri kecantikan. Industri tersebut secara konsisten berkontribusi besar dalam menggerakkan perekonomian di Indonesia setiap tahunnya dibandingkan industri lain. Produk *skincare* dengan konsep ramah lingkungan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, akan menciptakan kepuasan pada konsumen.

"*Green marketing* merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan dengan memperhatikan kandungan unsur-unsur *go green* dari produk atau jasa" (Muzaache, 2020:86). *Green marketing* bertujuan untuk memuaskan konsumen dengan tetap menguntungkan perusahaan dan meminimalisir terjadinya kerusakan terhadap lingkungan hidup.

"*Brand* merupakan elemen penting dari kekuatan pemasaran yang tugasnya menghadirkan dan menyediakan produk atau jasa yang tidak dapat dipisahkan dari merek yang terpercaya" (Dimiyati, 2018:136). Oleh karena itu, *brand image*



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

merupakan persepsi seseorang terhadap suatu asosiasi merek yang tercipta dari ingatan dan benak konsumen. Asosiasi merek tersebut berupa citra perusahaan, citra pemakai, dan citra produk.

Green marketing dan *brand image* mengacu pada kepuasan dan keinginan konsumen yang dirasakan untuk suatu produk dan bagaimana citra perusahaan terbentuk di benak konsumen. Tjiptono & Gregorius (2016:205) menjelaskan bahwa:

Kepuasan konsumen adalah keadaan yang tercipta pada konsumen ketika menemukan bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai atau tercapai dengan baik. Pemuasan keinginan menciptakan loyalitas yang memungkinkan konsumen melakukan pembelian ulang.

The Body Shop merupakan perusahaan di bidang kecantikan dan kosmetik yang didirikan pada tahun 1976 dengan mengusung konsep alam dan menghasilkan produk-produk yang memiliki nilai keindahan. Pada awalnya, The Body Shop menjual produk berupa sabun dan *lotion* dengan parfum alami. Namun, berkembangnya teknologi, iklim, dan kebutuhan konsumen yang semakin meningkat membuat perusahaan melakukan diversifikasi produk berupa parfum, perawatan wajah, kantong kuku, mata, perawatan rambut, dan tubuh.

Official store The Body Shop Indonesia memposisikan perusahaannya sebagai *brand masstige*, yaitu menjangkau konsumen yang memiliki pendapatan menengah ke bawah dan konsumen pendapatan menengah ke atas. The Body Shop memiliki banyak cabang di Jabodetabek, salah satunya di Mall Margo City Depok. Melalui konsep *green marketing*, The Body Shop berusaha melakukan penawaran menggunakan elemen-elemen bauran pemasaran hijau (*product, price, place, promotion*) dan mengaitkan citra merek perusahaan yang dikenal sebagai *brand* kosmetik dan perawatan kulit seratus persen berasal dari tumbuh-tumbuhan, serta kandungan produk yang aman digunakan untuk kulit. The Body Shop juga menghasilkan produk ramah lingkungan yang menunjukkan kepedulian dengan mengangkat nilai-nilai lingkungan. Namun, sehubungan dengan keberadaan konsumen dengan keanekaragaman tingkat kepuasannya, suatu kepuasan konsumen didahului oleh beberapa faktor, seperti produk yang dibeli menambah

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

nilai guna dan manfaat sehingga terjadi *repurchase*. Terciptanya *word of mouth* dampak dari manfaat yang diterima dari produk tersebut serta citra perusahaan, serta konsumen menjadi tidak tertarik dengan merek dan iklan pesaing.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian skripsi pada Program Studi Administrasi Bisnis Terapan dengan judul *Pengaruh Green Marketing dan Brand Image terhadap Kepuasan Konsumen pada Brand Skincare The Body Shop di Margo City*.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil pembahasan pada latar belakang di atas, peneliti mengidentifikasi beberapa masalah yang akan dikaji sebagai berikut:

- a. Pertumbuhan penduduk berkembang pesat diikuti dengan meningkatnya kebutuhan manusia terhadap suatu produk sehingga menyebabkan terjadinya penurunan kualitas lingkungan berupa penumpukan sampah yang berkelanjutan.
- b. Terdapat masyarakat Indonesia yang masih kurang peduli terhadap permasalahan yang terjadi pada lingkungan.
- c. Ketidakpedulian perusahaan terhadap kepentingan konsumen memunculkan kesadaran konsumen untuk memperjuangkan haknya dan hal tersebut yang melatarbelakangi terciptanya gerakan *consumerism*.
- d. Kesadaran konsumen dalam pemeliharaan lingkungan berdampak pada meningkatnya kebutuhan dalam penggunaan produk *skincare* dan kosmetik yang ramah lingkungan.
- e. Pengaruh *green marketing* terhadap kepuasan konsumen pada *brand skincare* The Body Shop Margo City
- f. Pengaruh *brand image* terhadap kepuasan konsumen pada *brand skincare* The Body Shop Margo City.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, peneliti memfokuskan dan membatasi masalah dalam penelitian pada pengaruh *green marketing* dan *brand image* terhadap kepuasan konsumen pada *brand skincare* The Body Shop di Margo City pada tahun 2022.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan, rumusan masalah yang akan dikaji adalah:

- a. Apakah *green marketing* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen The Body Shop Margo City?
- b. Apakah *brand image* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen The Body Shop Margo City?
- c. Apakah *green marketing* dan *brand image* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen The Body Shop Margo City?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, tujuan penelitian yang akan peneliti kaji adalah sebagai berikut:

- a. Menganalisis seberapa besar pengaruh *green marketing* secara parsial terhadap kepuasan konsumen The Body Shop Margo City.
- b. Menganalisis seberapa besar pengaruh *brand image* secara parsial terhadap kepuasan konsumen The Body Shop Margo City.
- c. Menganalisis seberapa besar pengaruh *green marketing* dan *brand image* secara simultan terhadap kepuasan konsumen The Body Shop Margo City.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- a. Bagi peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sarana untuk menambah wawasan dan meningkatkan kemampuan analisis peneliti dalam membuat penelitian ilmiah serta pengimplementasian terhadap mata kuliah yang diampu selama menjadi mahasiswa di Politeknik Negeri Jakarta.
- b. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai saran atau masukan dalam menyusun strategi bauran pemasaran hijau/*green marketing* untuk meningkatkan kepuasan konsumen.
- c. Bagi mahasiswa, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi atau bahan perbandingan bagi mahasiswa Administrasi Niaga terutama pada Program Studi Administrasi Bisnis Terapan yang melakukan penelitian sejenis atau pun penelitian yang lebih luas.



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian tentang pengaruh *green marketing* dan *brand image* terhadap kepuasan konsumen pada *brand skincare* The Body Shop di Margo City, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil pengujian pada uji signifikansi T, diperoleh variabel *green marketing* (X1) menunjukkan nilai T_{hitung} sebesar $2,622 > T_{tabel} 1,984$ dengan nilai signifikansi $0,010 < 0,05$. Nilai tersebut menandakan bahwa *green marketing* (X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) The Body Shop di Margo City. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen bertanggung pada produk, kemasan, promosi, dan *outlet store* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen The Body Shop di Margo City.
- b. Berdasarkan hasil pengujian pada uji signifikansi T, diperoleh variabel *brand image* (X2) menunjukkan nilai T_{hitung} sebesar $6,747 > T_{tabel} 1,984$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai tersebut menandakan bahwa *brand image* (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) The Body Shop di Margo City. Hal tersebut menunjukkan bahwa merek yang melekat pada benak konsumen dapat menciptakan kepuasan. Adanya pengaruh signifikan pada *brand image* menandakan bahwa semakin baik suatu *image* yang diberikan oleh The Body Shop maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen.
- c. Berdasarkan nilai pengujian signifikansi F, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $71,855 > F_{tabel} 3,09$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai tersebut menandakan bahwa *green marketing* (X1) dan *brand image* (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen The Body Shop di Margo City (Y). Hal tersebut menunjukkan bahwa The Body Shop Margo City menerapkan strategi *green marketing* dengan cara menghasilkan

produk yang ramah lingkungan dan bebas dari uji hewan, maka The Body Shop mempunyai citra yang baik sehingga tercipta kepuasan pada konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disampaikan di atas, saran yang dapat diberikan oleh peneliti untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

- a. Bagi perusahaan, dilihat dari variabel *green marketing* bahwa konsumen beranggapan bahwa produk yang diterima oleh The Body Shop sesuai dengan konsep *green marketing*, yaitu terbuat dari bahan yang alami, ramah lingkungan, dan tidak diuji coba kepada hewan sehingga dapat diterima dengan baik. Akan tetapi, dari hasil penelitian sampel yang dilakukan terhadap 100 responden, 10 dari 100 jawaban responden mengatakan bahwa harga yang ditetapkan tidak sesuai dengan keinginan konsumen. Hal tersebut disebabkan adanya konsekuensi dari *added value* yang terkandung oleh merek The Body Shop dan rata-rata konsumen di Indonesia aspirasinya terakomodasi dari merek menengah. Oleh karena itu peneliti menyarankan agar perusahaan dapat melakukan penyesuaian dan memiliki cakupan harga yang mampu mengakomodir dua kelas yang berbeda, yaitu kelas massal menengah ke bawah dan kelas premium menengah ke atas dengan cara menargetkan *media planning* sebagai tujuan promosinya agar tidak terjadi pergeseran persepsi konsumen.
- b. Dilihat dari kriteria responden berdasarkan pendapatan per bulan, didominasi oleh 52 responden yang berpenghasilan Rp 1.000.000 – Rp 5.000.000. Hal tersebut dapat dilihat dengan jelas bahwa pasar yang mendominasi The Body Shop Margo City yaitu berasal dari ekonomi menengah ke bawah. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan penguatan *positioning brand* dengan cara menerapkan sistem zonasi. Sistem ini dilakukan dengan mengelompokkan produk berdasarkan target pasar. Hal ini dilakukan agar persepsi konsumen selaras dengan target *brand* yang dimiliki perusahaan, yakni *brand masstige*. Selain itu, perusahaan juga perlu melakukan perubahan suasana terhadap visualisasi gerai dengan cara melakukan kampanye nilai-nilai sosial dan

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



lingkungan yang dilakukan secara langsung sehingga konsumen mampu merepresentasikan *brand image* yang diusung dengan baik, meningkatkan *brand awareness*, dan apabila hal tersebut dipersepsi konsumen dengan baik maka akan mendukung terciptanya suatu *brand image* yang kuat.

- c. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan penelitian dengan variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini dengan mengangkat tema kualitas produk, loyalitas konsumen, dan *enviromental awareness* terhadap keputusan konsumen untuk mengkonsumsi produk hijau. Selain itu juga disarankan untuk melakukan penggabungan dua metode penelitian, yaitu kuantitatif dan kualitatif menjadi metode kombinasi dengan cara melakukan observasi dan wawancara yang mendalam agar data yang diperoleh lebih komprehensif.

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Agung, A. A., & Yuesti, A. (2019). *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif dan Kualitatif*. Bali: CV Noah Aletheia.
- Dimiyati, M. (2018). *Pendekatan Hayati: Strategi Pemasaran untuk Menghadapi Persaingan yang Dinamis*. Jember: Mitra Wacana Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivarite dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, F., Kurniullah, A. Z., & Efendi, M. B. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Ismanto, J. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Tangerang: UNPAM Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management: Edition 14*. London: Pearson Education.
- Muzaache. (2020). *The Secret of Green Marketing Property for Competitive Advantage*. Bogor: Guepedia.
- Neliwati. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Kajian Teori dan Praktek)*. Medan: CV Widya Puspita.
- Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishing.
- Sudarso, A., Suryati, L., & Lusiah. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Praktis (Petunjuk untuk Pemecahan Masalah Bisnis, Penyusunan Skripsi, Tesis, dan Disertasi)*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tersiana, A. (2018). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Start Up.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality, dan Satisfaction Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Widana, I. W., & Muliani, P. L. (2020). *Uji Persyaratan Analisis*. Lumajang: Klik Media.
- Wolok, T. (2019). *Green Marketing: Pemasaran & Pembelian*. Gorontalo: Universitas Negeri Gorontalo.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Jurnal dan Skripsi

Bahri, S., & Herlina. (2017). "Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Telepon Selular Merek Samsung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh". *Jurnal Visioner & Strategis* Vol 5 No 2.

Chairani, D. (2021). *Pengaruh Green Product dan Packaging terhadap Perilaku Konsumsi Ramah Lingkungan (Green Purchasing Behavior) pada Konsumen Generasi Z di Kota Depok*. Depok.

Davari, A., & Strutton, D. (2014). "Marketing Mix Strategies for closing the gap between green consumers' pro-environmental beliefs and behaviors". *Journal of Strategic Marketing*.

Hanifah, H. N., Hidayati, N., & Mutiarni, R. (2014). "Pengaruh Produk Ramah Lingkungan/Green Product dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware". *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Dewantara*.

Hati, S. W., & Kartika, A. (2015). "Pengaruh Green Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Kosmetik Merek The Body Shop". *Jurnal Akuntansi, Ekonomi, dan Manajemen Bisnis*.

Islam, D. (2018). "Tinjauan Penerapan Konsep Green Marketing dalam Pelestarian Lingkungan". *Jurnal Pamator* Vol 11 No. 1.

Karlina, G., & Setyorini, R. (2018). "Pengaruh Green Marketing terhadap Keputusan Pembelian dengan Brand Image sebagai Mediator". *Jurnal Management & Accounting Expose* Vol 1 No 2.

Kiftiah, T. (2021). *Pengaruh Green Marketing dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Tupperware di Jalan Setia Budi*. Medan.

Patel, R. P. (2016). "Green Marketing: As Tool for Sustainable Development". *IOSR Journal of Business and Management* Vol 18.

Prawiro, M. E., & Wijayanto, A. (2020). "Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Internet Simpati Telkomsel di Semarang". *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol x No.2.

Rahayu, L. M., Abdillah, Y., & Mawardi, M. K. (2017). "Pengaruh Green Marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Konsumen The Body Shop di Indonesia dan di Malaysia)". *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 43 No.1.

Rahman, F., Siburian, P. S., & A, G. N. (2017). "Pengaruh Green Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Tupperware di Samarinda". *Jurnal Forum Ekonomi* Vol 19 No 1.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Sharma, S. C., & Bagoria, H. (2012). “*Green Marketing: A Gimmick or The Real Deal?*”. *International Journal of Research in Finance & Marketing Vol 2*.

Sukma, F. R., Susanto, & Hamanti, L. T. (2021). “Pengaruh *Green Marketing*, Inovasi Produk, dan *Brand Image* terhadap Minat Beli (Studi pada Mahasiwa Mahasiwi FE UST Konsumen KFC)”. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan Vol 9 No 1*.

Wenur, C., Mandey, S., & Tumbuan, W. (2015). “Pengaruh Strategi *Green Marketing*, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna The Body Shop”. *EMBA Vol. 03*.

Yunaida, E. (2017). “Pengaruh *Brand Image* (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa”. *Jurnal Manajemen dan Keuangan Vol. 6 No 2*.

Sumber Internet

Badan Pusat Statistik. (2021). “Jumlah dan Laju Pertumbuhan Penduduk Indonesia, 1961 – 2020”. (<https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/01/21/1854/hasil-sensus-penduduk-2020.html> diakses 26 Mei 2022).

Badan Pusat Statistik. (2021). “Komposisi Penduduk Menurut Generasi, 2020”. (<https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/01/21/1854/hasil-sensus-penduduk-2020.html> diakses 26 Mei 2022).

Noveno, A. (2022). “Sampah Plastik 2021 Naik ke 11,6 Juta Ton, KLH Sindir Belanja *Online*”. (<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20220225173203-20-764215/sampah-plastik-2021-naik-ke-116-juta-ton-klhk-sindir-belanja-online#:~:text=Home%20Nasional%20Peristiwa-,Sampah%20Plastik%202021%20Naik%20ke%2011%20C6,Ton%20%20KLHK%20Sindir%20Belanja%20Online&> diakses 26 Mei 2022).

Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional. (2021). “Komposisi Sampah Berdasarkan Jenis Sampah”. (<https://sipsn.menlhk.go.id/sipsn/public/data/komposisi> diakses 26 Mei 2022).



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAMPIRAN

Lampiran 1 Draf Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN PENGARUH GREEN MARKETING DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BRAND SKINCARE THE BODY SHOP MARGO CITY

Perkenalkan nama saya Izmi Asyifa Febrianti, mahasiswi tingkat akhir Program Studi Administrasi Bisnis Terapan Politeknik Negeri Jakarta. Saat ini saya sedang melakukan pengumpulan data untuk skripsi saya sebagai salah satu syarat kelulusan saya.

Ada pun kriteria dari responden yang dibutuhkan yaitu:

1. Melakukan pembelian produk The Body Shop di Margo City minimal satu kali
2. Berjenis kelamin pria dan wanita.
3. Berusia 16-30 tahun.

Saya memohon kesediaan waktu Anda untuk mengisi kuesioner jika memenuhi kriteria di atas dengan estimasi pengerjaan 7-10 menit. Ada pun data yang terkumpul pada penelitian ini hanya digunakan untuk kepentingan penelitian dan akan dijamin kerahasiaannya. Informasi yang diberikan sangat berharga bagi saya. Atas kesediaan waktu dan kerjasama Anda saya ucapkan terima kasih.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

I. IDENTITAS RESPONDEN

A. Petunjuk Pengisian

1. Mohon mengisi pertanyaan di bawah ini dengan jujur dan terbuka.
2. Berilah tanda centang (✓) pada kolom yang tersedia dan jawab yang sesuai dengan pilihan Anda.

B. Pertanyaan

1. Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan
2. Usia : 16 – 20 Tahun 21 – 25 Tahun
 25 – 30 Tahun
3. Status : Mahasiswa/i Sudah Bekerja
 Wirausaha Lainnya
4. Pendidikan Terakhir : SMP D3
 SMA S1
5. Pendapatan per bulan : < Rp 1.000.000 > Rp 5.000.000
 Rp 1.000.000 – 5.000.000
 Lainnya
6. Sumber Pendapatan : Gaji/Pribadi Orang Tua
 Lainnya



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

II. PENILAIAN KUESIONER

1. Responden dimohon untuk mengisi kuesioner dengan menjawab seluruh pertanyaan ataupun pernyataan yang telah disediakan.
2. Isilah pada kolom yang tersedia dan pilih sesuai keadaan yang sebenarnya terjadi.
3. Penelitian ini menggunakan pengukuran skala Likert dengan skala 1 sampai 4 yang memiliki arti sebagai berikut:

Kode	Keterangan	Skor
SS	Sangat Setuju	4
S	Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PERTANYAAN KUESIONER

1. Green Marketing (X1)

No	Pernyataan	Penilaian			
		STS	TS	S	SS
<i>Green Product</i>					
1.	Menurut saya The Body Shop mencerminkan produk ramah lingkungan.				
2.	Menurut saya The Body Shop menggunakan bahan kemasan yang mudah didaur ulang.				
3.	Saya menyukai produk The Body Shop karena tidak menggunakan binatang sebagai uji coba.				
4.	Saya menyukai produk The Body Shop karena aman digunakan dalam jangka panjang (6 bulan).				
5.	Saya menyukai produk The Body Shop karena memiliki tingkat ketahanan yang cukup baik.				
<i>Green Price</i>					
6.	Menurut saya harga produk The Body Shop lebih mahal karena mencerminkan harga produk ramah lingkungan.				
7.	Menurut saya produk The Body Shop memiliki harga relatif lebih tinggi dibanding produk sejenis merek lain.				
8.	Menurut saya harga produk The Body Shop sebanding dengan yang dilakukan The Body Shop terhadap lingkungan.				
9.	Menurut saya harga produk The Body Shop sesuai dengan keinginan saya.				



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

10.	Saya bersedia membayar lebih mahal karena The Body Shop sebanding dengan kualitas produknya.				
11.	Saya bersedia membayar lebih mahal karena The Body Shop memiliki manfaat yang baik untuk kulit saya dan lingkungan.				
Green Place					
12.	Menurut saya gerai The Body Shop memberikan kesan peduli terhadap lingkungan.				
13.	Menurut saya perabot The Body Shop menggunakan bahan yang dapat didaur ulang.				
14.	Saya membeli produk The Body Shop karena dapat ditemukan di toko yang mendukung ramah lingkungan.				
15.	Saya membeli produk The Body Shop karena produknya selalu tersedia.				
16.	Saya membeli produk The Body Shop karena dipasarkan di lokasi yang strategis.				
17.	Saya membeli produk The Body Shop karena mudah dijangkau oleh saya.				
Green Promotion					
18.	Menurut saya promosi The Body Shop memberikan contoh gaya hidup yang peduli terhadap lingkungan				
19.	Menurut saya promosi The Body Shop membawa pesan kesadaran lingkungan.				
20.	Saya mengetahui pesan-pesan yang diberikan oleh The Body Shop memiliki tujuan untuk menjaga kelestarian lingkungan.				



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

21.	Promosi The Body Shop memotivasi saya untuk mencintai lingkungan.				
22.	Saya membeli produk The Body Shop setelah melihat promosinya tentang produk yang ramah lingkungan.				

2. Brand Image (X2)

No	Pernyataan	Penilaian			
		STS	TS	S	SS
Recognition					
23.	Menurut saya logo The Body Shop mudah diingat.				
24.	Saya teringat logo The Body Shop saat melihat warna hijau daun.				
25.	Saya teringat The Body Shop saat mendengar kalimat produk ramah lingkungan.				
26.	Menurut saya kemasan The Body Shop memiliki ciri khusus yang unik.				
27.	Menurut saya slogan “A New Force for Good in Beauty” sangat mencerminkan identitas The Body Shop.				
Reputation					
28.	Menurut saya produk The Body Shop sudah melekat erat di benak saya.				
29.	Menurut saya The Body Shop memiliki reputasi yang baik karena kualitas produknya yang sesuai dengan kebutuhan saya.				
30.	Menurut saya The Body Shop memiliki reputasi yang baik dalam hal kecantikan dan perawatan wajah.				



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

31.	Menurut saya The Body Shop adalah merek <i>skincare</i> yang handal dalam memenuhi kebutuhan saya sebagai konsumen.				
<i>Affinity</i>					
32.	Menurut saya produk The Body Shop berbeda dengan produk merek sejenis lainnya.				
33.	Menurut saya The Body Shop merupakan merek <i>skincare</i> terbaik dengan kualitas produk yang memuaskan.				
34.	Menurut saya produk The Body Shop memiliki kualitas yang unggul dibandingkan kompetitor lainnya.				
35.	Menurut saya manfaat produk The Body Shop dapat meningkatkan kepercayaan diri saya.				
<i>Loyalty</i>					
35.	Saya lebih memilih membeli produk The Body Shop dibanding produk sejenis merek lain.				
37.	Saya akan tetap membeli produk The Body Shop meskipun produk tersebut harganya mahal.				
38.	Saya merasa puas terhadap kualitas produk dari The Body Shop.				
39.	Saya tetap menggunakan produk The Body Shop untuk <i>skincare</i> saya sehari-hari.				
40.	Saya menganggap The Body Shop sebagai pilihan pertama saya.				
41.	Saya akan terus menjadi pelanggan setia The Body Shop.				
42.	Saya mendapatkan manfaat terbaik dari The Body Shop untuk uang yang saya keluarkan.				



3. Kepuasan Konsumen (Y1)

No	Pernyataan	Penilaian			
		STS	TS	S	SS
<i>Re-purchase</i>					
43.	Kebutuhan saya sebagai konsumen terpenuhi oleh The Body Shop dan akan melakukan pembelian ulang.				
44.	Saya akan tetap membeli kembali produk The Body Shop apabila kebutuhan saya bertambah.				
45.	Saya akan tetap membeli kembali produk The Body Shop untuk perawatan kulit saya seterusnya.				
46.	Saya tidak ingin membeli produk lain kecuali produk The Body Shop.				
47.	Saya akan tetap membeli kembali produk The Body Shop meskipun merek lain memiliki promosi yang lebih menarik.				
48.	Saya akan tetap membeli kembali produk The Body Shop meskipun tidak ada diskon produk.				
49.	Saya akan tetap membeli kembali produk The Body Shop meskipun terdapat produk baru kompetitor sejenis yang viral.				
<i>Menciptakan Word of Mouth</i>					
50.	Saya akan memberitahukan keunggulan dari produk The Body Shop kepada orang lain				
51.	Saya akan merekomendasikan produk The Body kepada teman saya.				
52.	Saya akan merekomendasikan produk The Body Shop kepada keluarga saya.				

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

53.	Saya akan merekomendasikan Margo City kepada teman saya untuk membeli produk The Body Shop.				
54.	Saya akan merekomendasikan Margo City kepada keluarga saya untuk membeli produk The Body Shop.				
55.	Saya akan merekomendasikan produk The Body Shop pada saat seseorang ingin membeli produk <i>skincare</i> .				
Menciptakan Citra Merek					
56.	Setelah membeli produk The Body Shop, saya kurang memperhatikan produk merek lain.				
57.	Setelah membeli produk The Body Shop, saya kurang memperhatikan promosi dari Merek lain.				
58.	Saya bersedia mengikuti perkembangan produk baru dari The Body Shop meskipun bermunculan produk <i>skincare</i> yang serupa dari merek lain.				
59.	Saya akan terus mengunggulkan produk The Body Shop kepada teman saya.				
60.	Saya akan terus mengunggulkan produk The Body Shop kepada keluarga saya.				
61.	Menurut saya The Body Shop memiliki kualitas yang tinggi dibanding merek lain.				
62.	Menurut saya The Body Shop memiliki promosi yang menarik dibanding merek lain.				
Menciptakan Keputusan Pembelian pada Perusahaan yang Sama					
63.	Saya merasa puas dengan produk The Body Shop dan akan membeli produk lain dari The Body Shop.				



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

64.	Setelah membeli produk The Body Shop, saya mudah memilih produk lain dari The Body Shop.				
65.	Adanya diferensiasi produk menjadikan saya membeli produk The Body Shop lebih dari satu jenis.				
66.	Saya merasa puas membeli produk lain dari The Body Shop karena adanya ketertarikan dari produk yang ditawarkan.				
67.	Saya merasa puas membeli produk lain dari The Body Shop karena sesuai dengan kebutuhan saya.				
68.	Saya membeli produk lain dari The Body Shop karena kesediaan produk yang lengkap.				
69.	Saya membeli produk lain dari The Body Shop karena terjamin kualitas dan manfaatnya.				

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Lampiran 2 Tabulasi Pre-Test

Tabulasi Data Pre-Test Green Marketing (X1)

No	Green Marketing (X1)																												TO TAL
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	X1.15	X1.16	X1.17	X1.18	X1.19	X1.20	X1.21	X1.22	X1.23	X1.24	X1.25	X1.26	X1.27	X1.28	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	109
2	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	3	3	4	3	2	96
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	103
4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	101
5	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	109
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	112
7	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	101
8	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	101
9	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	93
10	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	101
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	103
12	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	102
13	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	2	3	4	3	2	3	3	4	4	4	4	3	3	4	98	
14	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	2	2	2	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	94
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	103
16	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	2	2	2	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	93
17	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	106
18	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	100
19	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	85
20	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	105
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	103
22	2	1	4	3	4	3	3	3	2	4	3	3	1	2	2	1	4	2	3	4	4	3	3	4	2	3	3	2	78
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	112
24	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	97
25	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	106
26	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	91
27	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	101
28	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	102
29	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	102
30	4	4	4	3	4	4	2	3	3	2	4	2	2	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	94

Hak Cipta :
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun
 tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Tabulasi Data *Pre-Test Brand Image (X2)*

No	Brand Image (X2)																												TO TAL
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14	X2.15	X2.16	X2.17	X2.18	X2.19	X2.20	X2.21	X2.22	X2.23	X2.24	X2.25	X2.26	X2.27	X2.28	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	4	4	4	2	4	104
2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	93
3	3	4	2	1	1	1	4	4	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	2	2	4	2	2	1	4	83
4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	99
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	111
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	112
7	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	99
8	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	105
9	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	102
10	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	101
11	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	95
12	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	104
13	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	103
14	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	84
15	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	2	2	4	2	2	3	3	97
16	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	2	2	3	2	2	3	84
17	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	101
18	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	100
19	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	109
20	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	101
21	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	95
22	4	4	3	3	2	3	3	4	4	4	3	4	3	4	1	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	90
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	112
24	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	102
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	112
26	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	93
27	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	99
28	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	105
29	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	104
30	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	97

Hak Cipta :
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun
 tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Tabulasi Data *Pre-Test* Kepuasan Konsumen (Y)

No	Kepuasan Konsumen (Y1)																												TOTAL
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	X2.7	Y1.8	Y1.9	Y1.10	Y1.11	Y1.12	Y1.13	Y1.14	Y1.15	Y1.16	Y1.17	Y1.18	Y1.19	Y1.20	Y1.21	Y1.22	Y1.23	Y1.24	Y1.25	Y1.26	Y1.27	Y1.28	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	112
2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	1	1	2	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	83
3	3	3	2	1	2	2	1	4	3	3	3	3	4	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	3	2	3	3	4	65
4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	100
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	112
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	112
7	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	98
8	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	98
9	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	102
10	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	103
11	3	4	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	101
12	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	2	2	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	95
13	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	95
14	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	3	86
15	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	84
16	3	3	2	2	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	87
17	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	102
18	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	102
19	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	92
20	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	102
21	3	3	3	2	3	2	2	4	4	4	4	4	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	85
22	3	4	3	1	2	2	2	3	3	3	2	2	4	3	1	1	1	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	72
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	112
24	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	100
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	112
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	82
27	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	97
28	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	100
29	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	100
30	3	3	3	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	101

- Hak Cipta :
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 - Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 3 Hasil Uji Coba Validitas

a. Hasil Uji Coba Validitas *Green Marketing* (X1)

Correlations		Green Marketing
X1.1	Pearson Correlation	.425*
	Sig. (2-tailed)	0,019
	N	30
X1.2	Pearson Correlation	.525**
	Sig. (2-tailed)	0,003
	N	30
X1.3	Pearson Correlation	0,284
	Sig. (2-tailed)	0,128
	N	30
X1.4	Pearson Correlation	.427*
	Sig. (2-tailed)	0,018
	N	30
X1.5	Pearson Correlation	0,282
	Sig. (2-tailed)	0,131
	N	30
X1.6	Pearson Correlation	.460*
	Sig. (2-tailed)	0,010
	N	30
X1.7	Pearson Correlation	.503**
	Sig. (2-tailed)	0,005
	N	30
X1.8	Pearson Correlation	.479**
	Sig. (2-tailed)	0,007
	N	30
X1.9	Pearson Correlation	.382
	Sig. (2-tailed)	0,037
	N	30
X1.10	Pearson Correlation	0,307
	Sig. (2-tailed)	0,099
	N	30
X1.11	Pearson Correlation	.493**
	Sig. (2-tailed)	0,006
	N	30
X1.12	Pearson Correlation	.462*
	Sig. (2-tailed)	0,010
	N	30
X1.13	Pearson Correlation	.654**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X1.14	Pearson Correlation	.515**
	Sig. (2-tailed)	0,004
	N	30

Correlations		Green Marketing
X1.15	Pearson Correlation	.520**
	Sig. (2-tailed)	0,003
	N	30
X1.16	Pearson Correlation	.588**
	Sig. (2-tailed)	0,001
	N	30
X1.17	Pearson Correlation	0,327
	Sig. (2-tailed)	0,077
	N	30
X1.18	Pearson Correlation	.751**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X1.19	Pearson Correlation	.457*
	Sig. (2-tailed)	0,011
	N	30
X1.20	Pearson Correlation	.371*
	Sig. (2-tailed)	0,044
	N	30
X1.21	Pearson Correlation	.457*
	Sig. (2-tailed)	0,011
	N	30
X1.22	Pearson Correlation	.460*
	Sig. (2-tailed)	0,011
	N	30
X1.23	Pearson Correlation	.396*
	Sig. (2-tailed)	0,030
	N	30
X1.24	Pearson Correlation	0,197
	Sig. (2-tailed)	0,296
	N	30
X1.25	Pearson Correlation	.566**
	Sig. (2-tailed)	0,001
	N	30
X1.26	Pearson Correlation	.513**
	Sig. (2-tailed)	0,004
	N	30
X1.27	Pearson Correlation	.509**
	Sig. (2-tailed)	0,004
	N	30
X1.28	Pearson Correlation	0,277
	Sig. (2-tailed)	0,138
	N	30

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

b. Hasil Uji Coba Validitas *Brand Image* (X2)

Correlations		
		Brand Image
X2.1	Pearson Correlation	0,216
	Sig. (2-tailed)	0,252
	N	30
X2.2	Pearson Correlation	-0,030
	Sig. (2-tailed)	0,875
	N	30
X2.3	Pearson Correlation	.521**
	Sig. (2-tailed)	0,003
	N	30
X2.4	Pearson Correlation	.426*
	Sig. (2-tailed)	0,019
	N	30
X2.5	Pearson Correlation	.522**
	Sig. (2-tailed)	0,003
	N	30
X2.6	Pearson Correlation	.589**
	Sig. (2-tailed)	0,001
	N	30
X2.7	Pearson Correlation	.402*
	Sig. (2-tailed)	0,028
	N	30
X2.8	Pearson Correlation	0,175
	Sig. (2-tailed)	0,354
	N	30
X2.9	Pearson Correlation	.629**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X2.10	Pearson Correlation	.494**
	Sig. (2-tailed)	0,005
	N	30
X2.11	Pearson Correlation	0,360
	Sig. (2-tailed)	0,051
	N	30
X2.12	Pearson Correlation	.404*
	Sig. (2-tailed)	0,027
	N	30
X2.13	Pearson Correlation	0,312
	Sig. (2-tailed)	0,093
	N	30
X2.14	Pearson Correlation	.434*
	Sig. (2-tailed)	0,017
	N	30

Correlations		
		Brand Image
X2.15	Pearson Correlation	.553**
	Sig. (2-tailed)	0,002
	N	30
X2.16	Pearson Correlation	0,106
	Sig. (2-tailed)	0,578
	N	30
X2.17	Pearson Correlation	0,236
	Sig. (2-tailed)	0,210
	N	30
X2.18	Pearson Correlation	.596**
	Sig. (2-tailed)	0,001
	N	30
X2.19	Pearson Correlation	.542**
	Sig. (2-tailed)	0,002
	N	30
X2.20	Pearson Correlation	.544**
	Sig. (2-tailed)	0,002
	N	30
X2.21	Pearson Correlation	0,274
	Sig. (2-tailed)	0,143
	N	30
X2.22	Pearson Correlation	.577**
	Sig. (2-tailed)	0,001
	N	30
X2.23	Pearson Correlation	.621**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X2.24	Pearson Correlation	.505**
	Sig. (2-tailed)	0,004
	N	30
X2.25	Pearson Correlation	.797**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X2.26	Pearson Correlation	.723**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X2.27	Pearson Correlation	.680**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X2.28	Pearson Correlation	.498**
	Sig. (2-tailed)	0,005
	N	30



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

c. Hasil Uji Coba Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

Correlations		Kepuasan Konsumen
Y1.1	Pearson Correlation	.631**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
Y1.2	Pearson Correlation	.380*
	Sig. (2-tailed)	0,038
	N	30
Y1.3	Pearson Correlation	.681**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
Y1.4	Pearson Correlation	.719**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
Y1.5	Pearson Correlation	.802**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
Y1.6	Pearson Correlation	.778**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
Y1.7	Pearson Correlation	.767**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
Y1.8	Pearson Correlation	.526**
	Sig. (2-tailed)	0,003
	N	30
Y1.9	Pearson Correlation	.616**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
Y1.10	Pearson Correlation	.623**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
Y1.11	Pearson Correlation	.496**
	Sig. (2-tailed)	0,005
	N	30
Y1.12	Pearson Correlation	.475**
	Sig. (2-tailed)	0,008
	N	30
Y1.13	Pearson Correlation	0,257
	Sig. (2-tailed)	0,170
	N	30
Y1.14	Pearson Correlation	.722**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30

Correlations		Kepuasan Konsumen
Y1.15	Pearson Correlation	.812**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
Y1.16	Pearson Correlation	.845**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
Y1.17	Pearson Correlation	.831**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
Y1.18	Pearson Correlation	.766**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
Y1.19	Pearson Correlation	.762**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
Y1.20	Pearson Correlation	.698**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
Y1.21	Pearson Correlation	.730**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
Y2.22	Pearson Correlation	.742**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
Y1.23	Pearson Correlation	.648**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
Y1.24	Pearson Correlation	.593**
	Sig. (2-tailed)	0,001
	N	30
Y1.25	Pearson Correlation	.670**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
Y1.26	Pearson Correlation	.590**
	Sig. (2-tailed)	0,001
	N	30
Y1.27	Pearson Correlation	.502**
	Sig. (2-tailed)	0,005
	N	30
Y1.28	Pearson Correlation	.479**
	Sig. (2-tailed)	0,007
	N	30

Lampiran 4 Hasil Uji Coba Reliabilitas

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hasil Uji Coba Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

a. Hasil Uji Coba Reliabilitas *Green Marketing* (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.849	28

b. Hasil Uji Coba Reliabilitas *Brand Image* (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.871	28

c. Hasil Uji Coba Reliabilitas *Kepuasan Konsumen* (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.755	29



Lampiran 5 Tabel R Uji Validitas Pre-Test

df = (N-2)	Tingkat signifikansi uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	10.000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 6 Tabulasi Data X1

No	Green Marketing (X1)																						TOTAL
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	X1.15	X1.16	X1.17	X1.18	X1.19	X1.20	X1.21	X1.22	
1	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	75
2	4	4	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	81
3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	80
4	3	2	4	3	3	3	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	78
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	83
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	1	4	4	4	81
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	84
8	2	2	3	4	3	4	4	3	4	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	71
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	85
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	84
11	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	79
12	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	83
13	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	84
14	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	79
15	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	80
16	3	3	3	2	3	4	4	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	69
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	84
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	86
19	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	2	4	4	4	3	4	81
20	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	86
21	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	83
22	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	80
23	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	2	3	4	3	4	3	75
24	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	83
25	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	85
26	3	3	4	4	4	2	2	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	78
27	4	4	2	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	78
28	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	85
29	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	78
30	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	81
31	3	4	4	3	3	4	3	3	2	4	3	3	2	2	3	4	1	3	3	3	3	3	64
32	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	2	3	3	4	3	3	73
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	86
34	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	78
35	4	3	4	4	3	4	4	3	2	3	3	4	3	3	4	4	2	4	3	4	4	3	75

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

36	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	2	3	3	3	3	75
37	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	78
38	4	4	4	4	4	1	4	4	3	4	3	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	79
39	4	3	4	3	3	3	4	3	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	75
40	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	84
41	4	4	4	4	3	3	3	4	3	2	4	3	3	3	4	4	3	2	3	4	4	75
42	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	81
43	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	80
44	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	78
45	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	86
46	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	2	4	81
47	3	3	4	3	3	4	4	3	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	78
48	3	3	3	4	4	4	4	3	3	2	2	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	74
49	4	3	4	3	2	4	4	2	2	2	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	2	70
50	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	79
51	4	4	3	3	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	79
52	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	79
53	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	3	78
54	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	84
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	84
56	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	80
57	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	81
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	87
59	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	82
60	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	86
61	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	83
62	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	75
63	3	2	3	3	3	4	2	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	63
64	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	84
65	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	74
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	85
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	86
68	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	81
69	4	3	4	3	3	2	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	73
70	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	78



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

71	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	79
72	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	73
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	85	
74	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	72
75	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	80
76	3	3	3	4	4	4	4	3	2	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	73
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	84
78	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	2	3	3	78
79	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	84
80	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	4	3	68	
81	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	78
82	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	84
83	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	2	2	3	72
84	3	4	4	3	3	4	4	4	2	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	1	78
85	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	3	4	4	2	4	4	3	4	3	79
86	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1	1	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	74
87	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	2	2	73
88	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	76
89	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	2	2	2	73
90	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	82
91	4	3	4	3	4	2	2	2	2	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	74
92	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	82
93	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	2	2	2	2	2	4	71
94	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	83
95	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	81
96	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	85
97	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	78
98	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	79
99	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	84
100	3	3	4	4	3	2	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	76



Lampiran 7 Tabulasi Data X2

No	Brand Image (X2)																				TOTAL
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14	X2.15	X2.16	X2.17	X2.18	X2.19	X2.20	
1	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	2	2	3	3	68
2	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	2	4	2	3	4	3	4	2	4	69
3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	73
4	3	4	2	3	3	3	3	4	3	2	4	2	3	3	3	3	2	4	3	3	60
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	78
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	76
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	76
8	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	2	3	4	3	3	3	69
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	76
10	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	79
11	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	72
12	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	75
13	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	77
14	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	74
15	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	2	4	4	3	3	69
16	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	61
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	77
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	77
19	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	74
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	79
21	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	72
22	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	74
23	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	70
24	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	76
25	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	73
26	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	69
27	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	71
28	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	78
29	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	71
30	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	72
31	2	3	3	3	4	2	4	3	3	3	3	2	3	3	4	3	4	4	3	4	63
32	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	71
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	79
34	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	70
35	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4	64

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

36	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	71
37	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	72
38	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	77
39	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	2	4	4	4	4	4	3	2	3	4	68
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	77
41	3	4	4	4	4	4	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	2	3	4	3	64
42	3	3	1	3	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	67
43	3	3	4	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	71
44	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	72
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	78
46	4	2	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	2	4	68
47	3	3	3	4	2	4	4	3	3	3	2	2	4	3	3	4	2	4	4	4	64
48	3	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	68
49	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	4	3	65
50	4	4	4	4	4	2	2	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	2	3	68
51	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	66
52	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	65
53	4	3	4	2	3	2	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	69
54	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	76
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	78
56	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	73
57	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	72
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	79
59	4	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	70
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	79
61	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	76
62	4	4	4	3	3	4	4	3	4	2	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	71
63	4	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	4	4	4	4	4	59
64	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	4	61
65	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	67
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	78
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	77
68	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	70
69	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	2	2	3	3	67
70	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	75



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

71	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	71
72	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	65
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	77
74	3	3	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	73
75	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	73
76	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	67
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	77
78	4	4	2	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	1	4	4	2	3	3	61
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	79
80	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	57
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	77
82	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	76
83	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	66
84	4	4	4	2	2	4	3	4	3	4	2	2	4	1	1	2	2	1	2	4	55
85	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	76
86	3	4	3	3	3	4	3	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	70
87	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	65
88	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	66
89	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	70
90	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	71
91	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	2	66
92	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	78
93	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	73
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	75
95	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	2	4	4	74
96	3	2	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	68
97	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	2	2	3	67
98	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	63
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	78
100	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	75



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 8 Data Tabulasi Y

No	Kepuasan Konsumen (Y1)																											TOTAL
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.8	Y1.10	Y1.11	Y1.12	Y1.13	Y1.14	Y1.15	Y1.16	Y1.17	Y1.18	Y1.19	Y1.20	Y1.21	Y1.22	Y1.23	Y1.24	Y1.25	Y1.26	Y1.27	
1	3	3	3	1	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	85
2	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	87
3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	100
4	3	2	3	1	2	1	3	3	3	3	2	2	3	3	4	1	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	80
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	106
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	106
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	106
8	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	2	4	3	3	2	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	89
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	107
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3	104
11	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	98
12	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	101
13	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	103
14	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	94
15	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	98
16	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	80
17	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	102
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	107
19	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	101
20	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	97
21	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	100
22	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	102
23	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	95
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	104
25	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	103
26	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	92
27	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	97
28	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	104
29	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	94
30	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	94
31	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	2	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	92
32	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	93
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	106
34	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	96
35	4	3	4	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	87

- Hak Cipta :**
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisa
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 - Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

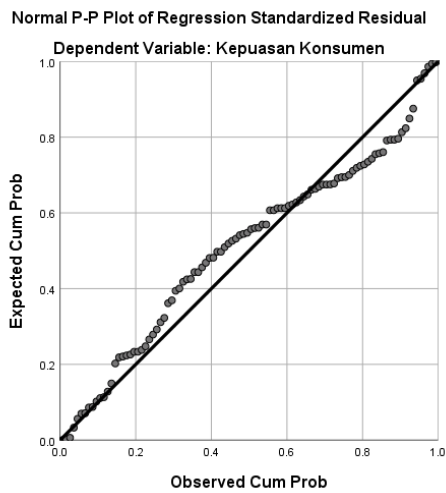
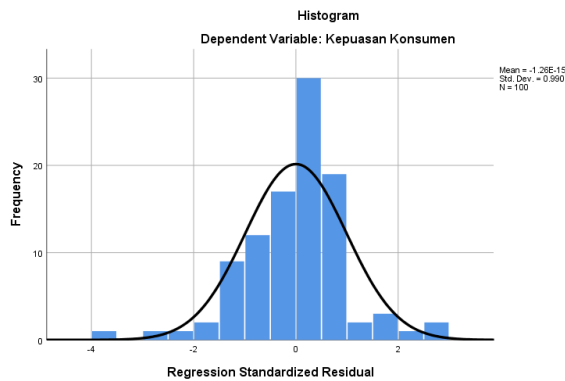
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

71	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	92
72	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	83
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	106	
74	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84	
75	4	3	2	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	91	
76	3	2	2	3	3	3	2	2	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	3	85	
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	104	
78	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	78	
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	107	
80	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	74	
81	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	92	
82	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	106	
83	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	74	
84	2	2	2	2	2	1	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	89	
85	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	100	
86	2	2	1	1	2	3	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	88	
87	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	88	
88	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	103	
89	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	94	
90	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	97	
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	104	
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	106	
93	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	97	
94	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	102	
95	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	101	
96	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	88	
97	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	103	
98	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	94	
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	104	
100	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	96	

Lampiran 9 Hasil *Output* SPSS Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000	
	Std. Deviation	5,41887011	
Most Extreme Differences	Absolute	0,102	
	Positive	0,102	
	Negative	-0,097	
Test Statistic			0,102
Asymp. Sig. (2-tailed)			.013 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.240 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0,229
		Upper Bound	0,251



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

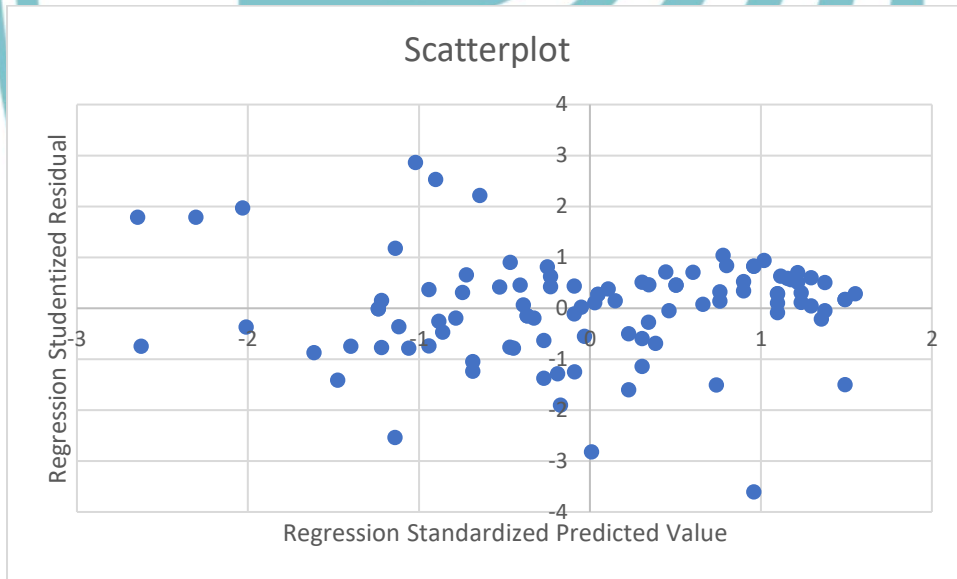
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

b. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.828	8.798		-.094	.925		
Green Marketing	.393	.150	.231	2.622	.010	.533	1.877
Brand Image	.913	.135	.596	6.747	.000	.533	1.877

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

c. Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 10 Hasil Output SPSS Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.828	8.798		-.094	.925		
	Green Marketing	.393	.150	.231	2.622	.010	.533	1.877
	Brand Image	.913	.135	.596	6.747	.000	.533	1.877

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Hasil Uji Signifikansi T (Uji Parsial)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.828	8.798		-.094	.925		
	Green Marketing	.393	.150	.231	2.622	.010	.533	1.877
	Brand Image	.913	.135	.596	6.747	.000	.533	1.877

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

c. Hasil Uji Signifikansi F (Uji Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4306,949	2	2153,474	71,855	.000^b
	Residual	2907,051	97	29,970		
	Total	7214,000	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
b. Predictors: (Constant), Brand Image, Green Marketing

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

d. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.773 ^a	0,597	0,589	5,47445	2,151
a. Predictors: (Constant), Brand Image, Green Marketing					
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen					

e. Uji Korelasi Parsial

Correlations				
		Kepuasan Konsumen	Green Marketing	Brand Image
Pearson Correlation	Kepuasan Konsumen	1,000	0,639	0,754
	Green Marketing	0,639	1,000	0,684
	Brand Image	0,754	0,684	1,000
Sig. (1-tailed)	Kepuasan Konsumen		0,000	0,000
	Green Marketing	0,000		0,000
	Brand Image	0,000	0,000	
N	Kepuasan Konsumen	100	100	100
	Green Marketing	100	100	100
	Brand Image	100	100	100



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 11 Tabel T

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	129.209	166.388	198.969	237.327	263.790	319.392
82	0.67749	129.196	166.365	198.932	237.269	263.712	319.262
83	0.67746	129.183	166.342	198.896	237.212	263.637	319.135
84	0.67742	129.171	166.320	198.861	237.156	263.563	319.011
85	0.67739	129.159	166.298	198.827	237.102	263.491	318.890
86	0.67735	129.147	166.277	198.793	237.049	263.421	318.772
87	0.67732	129.136	166.256	198.761	236.998	263.353	318.657
88	0.67729	129.125	166.235	198.729	236.947	263.286	318.544
89	0.67726	129.114	166.216	198.698	236.898	263.220	318.434
90	0.67723	129.103	166.196	198.667	236.850	263.157	318.327
91	0.67720	129.092	166.177	198.638	236.803	263.094	318.222
92	0.67717	129.082	166.159	198.609	236.757	263.033	318.119
93	0.67714	129.072	166.140	198.580	236.712	262.973	318.019
94	0.67711	129.062	166.123	198.552	236.667	262.915	317.921
95	0.67708	129.053	166.105	198.525	236.624	262.858	317.825
96	0.67705	129.043	166.088	198.498	236.582	262.802	317.731
97	0.67703	129.034	166.071	198.472	236.541	262.747	317.639
98	0.67700	129.025	166.055	198.447	236.500	262.693	317.549
99	0.67698	129.016	166.039	198.422	236.461	262.641	317.460
100	0.67695	129.007	166.023	198.397	236.422	262.589	317.374

Lampiran 12 Tabel F

Titik Presentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05									
df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)								
	1	2	3	4	5	30	40	60	120
80	3,96	3,11	2,72	2,49	2,33	1,60	1,54	1,48	1,41
81	3,96	3,11	2,72	2,48	2,33	1,60	1,54	1,48	1,41
82	3,96	3,11	2,72	2,48	2,33	1,60	1,54	1,48	1,41
83	3,96	3,11	2,71	2,48	2,32	1,60	1,54	1,48	1,40
84	3,95	3,11	2,71	2,48	2,32	1,59	1,54	1,47	1,40
85	3,95	3,10	2,71	2,48	2,32	1,59	1,54	1,47	1,40
86	3,95	3,10	2,71	2,48	2,32	1,59	1,53	1,47	1,40
87	3,95	3,10	2,71	2,48	2,32	1,59	1,53	1,47	1,40
88	3,95	3,10	2,71	2,48	2,32	1,59	1,53	1,47	1,39
89	3,95	3,10	2,71	2,47	2,32	1,59	1,53	1,47	1,39
90	3,95	3,10	2,71	2,47	2,32	1,59	1,53	1,46	1,39
91	3,95	3,10	2,70	2,47	2,31	1,58	1,53	1,46	1,39
92	3,94	3,10	2,70	2,47	2,31	1,58	1,53	1,46	1,39
93	3,94	3,09	2,70	2,47	2,31	1,58	1,52	1,46	1,39
94	3,94	3,09	2,70	2,47	2,31	1,58	1,52	1,46	1,38
95	3,94	3,09	2,70	2,47	2,31	1,58	1,52	1,46	1,38
96	3,94	3,09	2,70	2,47	2,31	1,58	1,52	1,46	1,38
97	3,94	3,09	2,70	2,47	2,31	1,58	1,52	1,45	1,38
98	3,94	3,09	2,70	2,46	2,31	1,58	1,52	1,45	1,38
99	3,94	3,09	2,70	2,46	2,31	1,57	1,52	1,45	1,38
100	3,94	3,09	2,70	2,46	2,31	1,57	1,52	1,45	1,38
101	3,94	3,09	2,69	2,46	2,30	1,57	1,51	1,45	1,37
102	3,93	3,09	2,69	2,46	2,30	1,57	1,51	1,45	1,37
103	3,93	3,08	2,69	2,46	2,30	1,57	1,51	1,45	1,37
104	3,93	3,08	2,69	2,46	2,30	1,57	1,51	1,45	1,37
105	3,93	3,08	2,69	2,46	2,30	1,57	1,51	1,44	1,37
106	3,93	3,08	2,69	2,46	2,30	1,57	1,51	1,44	1,37
107	3,93	3,08	2,69	2,46	2,30	1,57	1,51	1,44	1,37
108	3,93	3,08	2,69	2,46	2,30	1,56	1,51	1,44	1,37
109	3,93	3,08	2,69	2,45	2,30	1,56	1,51	1,44	1,36
110	3,93	3,08	2,69	2,45	2,30	1,56	1,50	1,44	1,36

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 13 Surat Izin Mencari Data

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

Jalan Prof Dr. G.A. Siwabessy, Kampus UI, Depok 16425, Gedung H
Telepon (021) 7270036/7863538, Hunting, Fax (021) 7270034
Laman <http://www.pnj.ac.id> e-pos humas@pnj.ac.id

Nomor : 11/PL.3.11/PK.04/2021

16 Maret 2022

Perihal : Permohonan Pengambilan Data Penelitian

Yth. Manajer The Body Shop Cabang Margo City
PT Monica Hijau Lestari
Jl. Raya Margonda, Kemiri Muka, Depok

Sebagai upaya untuk mengembangkan kemampuan Mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta Jurusan Administrasi Niaga, khususnya Program Studi Sarjana Terapan Administrasi Bisnis. Kami menugaskan mahasiswa semester 8 (akhir) dalam mencari data untuk keperluan Tugas Akhir mereka.

Adapun nama mahasiswa tersebut adalah sebagai berikut:

Nama	: Izmi Asyifa Febrianti
Nim	: 1805421029
Prodi	: Sarjana Terapan Administrasi Bisnis
Fakultas/ Jurusan	: Politeknik Negeri Jakarta/ Administrasi Niaga
Data yang diminta	: Pengambilan data penelitian

Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.



Dr. Dr. Iis Mariam, M.Si
NIP. 196501311989032001



Lampiran 14 *Curriculum Vitae*

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



IZMI ASYIFA FEBRIANTI

KONTAK SAYA

- ☎ : (+62) 896-3668-2538
✉ : isfebrianti@gmail.com
📍 : Jl. Agung Raya II RT 02/RW 04 No. 81 B,
Kecamatan Lembang Agung, Jakarta Selatan

KETERAMPILAN

- Kepemimpinan
- Kerja Sama Tim
- Dasar Korrespondensi
- Keyboarding Skill
- Microsoft Office
- Canva

PROFIL

Seorang mahasiswa tahun ketiga Politeknik Negeri Jakarta, Prodi Administrasi Bisnis Terapan yang mampu bekerja secara individu dan tim. Saya memiliki pengalaman organisasi selama kuliah di bidang sekretaris, pemasaran, dan humas.

PENDIDIKAN

ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN - POLITEKNIK NEGERI JAKARTA September 2018 - 2022

Suatu cabang ilmu administrasi yang mengintegrasikan dalam mempelajari kemampuan administrasi pekerjaan dan tugas dengan kemampuan pengelolaan sumber daya di suatu sistem kerja, termasuk pemahaman tentang sekretariat, manajemen pemasaran, manajemen sumber daya manusia, kepemimpinan dan supervisi, serta manajemen strategi.

ILMU PENGETAHUAN SOSIAL - SMA NEGERI 38 JAKARTA September 2015 - Juni 2018

Ilmu yang mempelajari tentang interaksi manusia baik secara intrapersonal maupun interpersonal, hubungan manusia dengan lingkungannya, serta menganalisis dari sudut pandang sosial kemasyarakatan dengan bekal ilmu-ilmu yang dipelajari, seperti sosiologi, ekonomi, sejarah, dan geografi.

PENGALAMAN

RESIMEN MAHASISWA - POLITEKNIK NEGERI JAKARTA (2018 - 2020)

- Ketua Staf Administrasi Personalia (MINPERS) Satgas PAB
Merumuskan rencana bersama staf dan Komandan dalam pembuatan surat dan proposal kegiatan, membimbing dan melakukan pengawasan terhadap kinerja staf, dan mempertanggung jawabkan pelaksanaan tugas kepada Komandan Satuan.
- Komandan Korpi Angkatan 40
Melaksanakan perintah dan mempertanggungjawabkan pelaksanaan tugas kepada Komandan Satuan, serta mengelola komunikasi antara jajaran atas dengan para anggotanya dan sebaliknya.

BISNIS KECIL TAKDYAKI AKATSUKI - LEMBENG AGUNG (2019 - 2021)

Membantu mengelola penjualan takoyaki dengan menerapkan perencanaan bisnis, strategi pemasaran, dan memberikan pelayanan yang prima kepada pelanggan.

PANITIA MAKRAB PRODI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN (2019)

- Staf Humas
Mengelola media sosial dan memberikan informasi terkait pelaksanaan makrab untuk adik tingkat angkatan 2019
- Penanggung Jawab Regu Angkatan 2019
Mengkoordinasi dan mengawasi anggota agar tercipta ketertiban dalam pelaksanaan kegiatan Makrab.