

PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *SERVICE QUALITY*, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA *THE BODY SHOP* DI SURABAYA



OLEH:

SISCA ASIH LESTARI SUGIANTO

3103013024

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2017**

HALAMAN JUDUL

PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *SERVICE QUALITY*, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA *THE BODY SHOP* DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH:

SISCA ASIH LESTARI SUGIANTO

3103013024

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2017

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *SERVICE QUALITY*, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA *THE BODY SHOP* DI SURABAYA

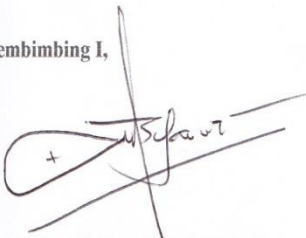
OLEH:

SISCA ASIH LESTARI SUGIANTO

3103013024

**Telah disetujui dan diterima dengan baik
untuk diajukan kepada tim penguji**

Pembimbing I,



**A. Y. Yan Wellyan T. P, SE., M.Si.
NIK. 311.97.0285**

Tanggal:

Pembimbing II,



**F. N. Hendro Susanto, SE., MM.
NIK. 311.99.0365**

Tanggal:

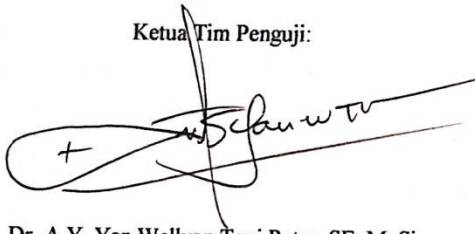
HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Sisca Asih Lestari Sugianto

NRP : 3103013024.

Telah diuji pada tanggal dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:

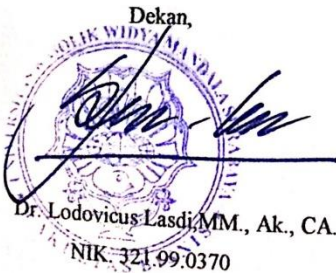


Dr. A.Y. Yan Wellyan Toni Putra, SE, M. Si.

NIK. 311.97.0285

Mengetahui:

Dekan,


Dr. Lodovicus Lasdi MM., Ak., CA.
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H L, SE., M.Sc

NIK. 311.11.0678

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sisca Asih Lestari Sugianto

NRP : 3103013024

Judul Skripsi: Pengaruh Green Product, Service Quality, dan Brand Image
terhadap Customer Satisfaction pada The Body Shop di
Surabaya.

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila karya merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di *internet* atau media lain (*Digital Library*) Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya,

Yang menyatakan,



Sisca Asih Lestari Sugianto

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai syarat wajib yang harus dipenuhi untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, penulis telah berusaha dengan sebaik mungkin. Penulis juga menyadari akan terbatasnya waktu, kemampuan, serta pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis bersedia menerima kritik dan saran yang sangat bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan Bapak Dominicus Wahyu Pradana, SE., MM., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Dr. A. Y. Yan Wellyan Toni Putra, SE., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang telah sabar dalam membimbing saya dan memberi pengarahan dengan baik dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
4. Bapak F. N Hendro Susanto SE., MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah sabar dalam membimbing saya dan memberi pengarahan dengan baik dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen, khususnya Bapak dan Ibu dosen rumpun Manajemen Pemasaran yang telah membimbing dan memberikan ilmu selama masa perkuliahan.
6. Orang tua dan keluarga besar yang telah memberi semangat, doa, dan kasih sayang selama proses pembuatan skripsi ini.
7. Sahabat saya Claudia Friska, yang setia menemani dan selalu memberi semangat kepada penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Teman-teman terkasih Merry, Patricia, Cindy, Theresia, Hanatasya, Albert, Michael, dan Christian yang turut membantu dan memberi semangat kepada penulis dalam proses pembuatan skripsi.
9. Semua pihak yang tidak penulis sebutkan satu per satu, terima kasih banyak atas segala doa, dukungan, dan semangat yang diberikan kepada penulis.

Besar harapan penulis agar Tuhan Yang Maha Esa memberkati dan memberikan rahmat-Nya kepada semua pihak yang membantu dalam penulisan skripsi ini. Akhir kata, dengan segala keterbatasan maka kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan. Semoga penulisan skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 13 Januari 2017

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.4.1. Manfaat Praktis	7
1.4.2. Manfaat Empiris	7
1.5. Sistematika Skripsi	8
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Landasan Teori	11
2.2.1. <i>Green Product</i>	11
2.2.2. <i>Service Quality</i>	13

2.2.3. <i>Brand Image</i>	14
2.2.4. <i>Customer Satisfaction</i>	15
2.3. Hubungan Antar Variabel	16
2.3.1. Pengaruh <i>Green Product</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	16
2.3.2. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	17
2.3.3. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	17
2.4. Model Penelitian	18
2.5. Hipotesis Penelitian	19
BAB 3. METODE PENELITIAN	20
3.1. Jenis Penelitian	20
3.2. Identifikasi Variabel	20
3.3. Definisi Operasional Variabel	20
3.4. Pengukuran Variabel	23
3.5. Jenis dan Sumber Data	23
3.6. Alat dan Model Pengumpulan Data	24
3.7 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	24
3.8 Metode Analisis Data	25
3.8.1. Uji Kualitas Data	25
3.8.2. Teknik Analisa Data	26
3.8.2.1 Analisis Regresi Linear Berganda	26
3.8.2.2 Uji Asumsi Klasik	27
3.8.2.3 Uji Hipotesis	28

BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	29
4.1. Deskriptif Hasil Penelitian	29
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	29
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	29
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Produk The Body Shop	30
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	30
4.2. Deskripsi Jawaban Responden	30
4.2.1. Analisis Deskriptif Variabel <i>Green Product</i> (X_1)	31
4.2.2. Analisis Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i> (X_2)	32
4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> (X_3)	33
4.2.4. Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer</i> <i>Satisfaction</i> (X_4)	34
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	35
4.3.1. Uji Validitas	36
4.3.2. Uji Reliabilitas	37
4.4 Interpretasi Analisis Regresi	37
4.4.1 Uji Asumsi <i>Multikolinearitas</i>	38
4.4.2 Uji Asumsi <i>Heteroskedastisitas</i>	39
4.4.3 Uji Asumsi <i>Autokorelasi</i>	40
4.5 Koefisien Determinasi	40
4.6 Uji Model	41

4.7 Uji Hipotesis	42
4.8 Pembahasan	43
4.8.1 Pengaruh <i>Green Product</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	44
4.8.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	45
4.8.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	47
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN	49
5.1. Simpulan	49
5.2. Saran	49
5.2.1. Saran Praktis	49
5.2.2. Saran Akademis	50

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang	11
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	29
Tabel 4.2 Interval Rata-Rata Skor	31
Tabel 4.3 Hasil penilaian rata – rata variabel <i>Green Product</i> (X ₁)	31
Tabel 4.4 Hasil penilaian rata–rata variabel <i>Service Quality</i> (X ₂)	32
Tabel 4.5 Hasil penilaian rata – rata variabel <i>Brand Image</i> (X ₃)	34
Tabel 4.6 Hasil penilaian rata – rata variabel <i>Customer</i> <i>Satisfaction</i> (X ₄)	35
Tabel 4.7 Uji Validitas	36
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas	37
Tabel 4.9 Uji Asumsi <i>Multikolinearitas</i>	38
Tabel 4.10 Uji Asumsi <i>Autokorelasi</i>	40
Tabel 4.11 Koefisien Determinasi	41
Tabel 4.12 Uji F	41
Tabel 4.13 Uji T	42

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian	18
Gambar 4.1 Uji Asumsi <i>Heteroskedatisitas</i>	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Hasil Jawaban Responden

Lampiran 3. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian dan Identitas Responden

Lampiran 4. Output Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 5. Hasil Output uji Regresi Berganda

Pengaruh *Green Product*, *Service Quality*, dan *Brand Image* Terhadap *Customer Satisfaction* pada *The Body Shop* di Surabaya

ABSTRAK

Pertumbuhan industri kosmetik semakin mengalami peningkatan seiring berkembangnya zaman. Fenomena ini mengindikasikan bahwa persaingan bisnis untuk produk kosmetik berkembang dengan cukup pesat. Perawatan tubuh dan kosmetik sudah merupakan suatu kebutuhan dan bukanlah suatu keinginan untuk kaum pria dan wanita pada era sekarang ini. *The Body Shop* sebagai sebuah perusahaan kosmetik yang sudah dikenal banyak masyarakat menawarkan produknya yang merupakan perawatan tubuh dan kosmetik berbasis ramah lingkungan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih jauh pengaruh *green product*, *service quality*, dan *brand image* terhadap *customer satisfaction* pada *The Body Shop* di Surabaya. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda, dan diolah menggunakan program SPSS 16.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *Green Product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada *The Body Shop* di Surabaya, (2) *Service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada *The Body Shop* di Surabaya, (3) *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada *The Body Shop* di Surabaya.

Kata kunci: *Green Product*, *Service Quality*, *Brand Image*, *Customer Satisfaction*

The Influence of Green Product, Service Quality, and Brand Image to Customer Satisfaction on The Body Shop in Surabaya

ABSTRACT

The growth of the cosmetics industry is increasing by the times. This phenomenon indicates that business competition for cosmetic product is growing rapidly. Body care and cosmetics are a necessity and not a desire for man or woman in this era. The Body Shop as a cosmetic company which many people already know offering its product which it is a body care and cosmetics based on friendly environmentally.

The aim of this research to learn more about the influence of green product, service quality, and brand image towards customer satisfaction at The Body Shop in Surabaya. The sample in this study amount 100 respondents. This study uses multiple regression analysis techniques, and it processed by using SPSS 16.0. The result of this research is (1) Green Product has a positive and significant impact on customer satisfaction at The Body Shop in Surabaya, (2) Service Quality has a positive and significant impact on customer satisfaction at The Body Shop in Surabaya, (3) Brand image have positive and significant impact on customer satisfaction at The Body Shop in Surabaya.

Keywords: *Green Product, Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction*