

**PENGARUH KEMASAN RAMAH LINGKUNGAN DAN  
PENGIKLANAN HIJAU TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH CITRA MEREK  
(Studi Pada Pelanggan Starbucks)**

**SABRINA MAULIA JANNATIN**

**8215164855**



**Skripsi Ini disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2020**

***THE EFFECT OF GREEN PACKAGING AND GREEN  
ADVERTISING ON CUSTOMER LOYALTY MEDIATED BY  
BRAND IMAGE (Study at Customer Starbucks)***

**SABRINA MAULIA JANNATIN**

**8215164855**



***Thesis is Written as One of The Requireents for Getting Bachelor Degree of  
Management on Faculty of Economics Universitas Negeri Jakarta***

***STUDY PROGRAM S1 MANAGEMENT***

***FACULTY OF ECONOMICS***

***Universitas Negeri Jakarta***

***2021***

## **ABSTRAK**

Pencemaran lingkungan akibat ulah manusia semakin parah, yang disebabkan oleh sampah plastik. Penyumbang terbesar total sampah plastik dunia adalah kemasannya. Pemerintah Indonesia akhirnya mulai serius menangani masalah ini. Upaya untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan menggunakan kemasan ramah lingkungan. Kemasan ramah lingkungan adalah proses yang membantu mengurangi sampah plastik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemasan dan iklan terhadap loyalitas pelanggan dan untuk menguji peran mediasi citra merek dalam hubungan tersebut di atas. Analisis faktor konfirmasi untuk mempelajari determinan konstruk laten yang mendasari teori pengemasan, periklanan, citra merek, dan loyalitas pelanggan. Kemudian untuk mengeksplorasi hubungan antara konstruksi laten, teknik pemodelan persamaan struktural diterapkan. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh langsung yang signifikan dari kemasan dan iklan terhadap loyalitas konsumen. Citra merek ditegaskan sebagai mediator dalam hubungan. Studi ini tidak mencakup isu-isu mendalam lainnya dari desain kemasan. Untuk membentuk kemasan yang baik, fokus pada bahan berkualitas baik merupakan faktor yang sangat penting. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kemasan yang dapat didaur ulang memiliki pengaruh yang kuat terhadap loyalitas.

**Kata kunci: Kemasan ramah lingkungan, Pengiklanan Hijau, Citra Merek, Loyalitas Pelanggan**

## **ABSTRACT**

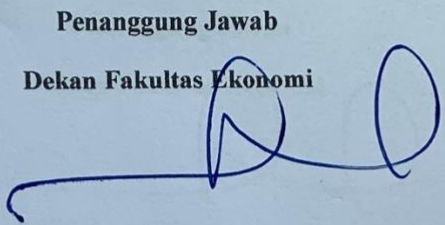
Environmental pollution due to human activity is getting worse, caused by plastic waste. The largest contributor to the world's total plastic waste is the packaging. Indonesian government is finally starting to get serious about this problem. Efforts to address these problems is to use environmental friendly packaging or green packaging. Green packaging is a process that helps reduce plastic waste. This study aims to determine the effect of packaging and advertising on customer loyalty and to examine the mediating role of brand image in above mentioned relationship. The confirm factor analysis to study the determinants of latent constructs that underline packaging theory, advertising, brand image, and customer loyalty. Then to explore the relationship between latent constructs, structural equation modeling techniques are applied. The results showed a significant direct effect of packaging and advertising on consumer loyalty. Band image is confirmed as a mediator in the relationship. This study does not cover other in-depth issues of packaging design. To establish a good packaging, focus on good quality materials is a very important factor. This study also suggest recyclable packaging has a strong influence on loyalty.

**Keywords: Green Packaging, Green Advertising, Brand Image, Customer Loyalty**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**Penanggung Jawab**

**Dekan Fakultas Ekonomi**

  
Dr. Ari Saptono, M.Pd  
NIP. 197207152001121001

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Andi Muhamad Sadat, SE, M.Si</u> NIP. 197412212008121001 (Ketua)		26/08/2021
2. <u>Ika Febrilia, SE, M.M</u> NIP. 198702092015042001 (Penguji Ahli I)		25/08/2021
3. <u>M. Edo S. Siregar, S.E., M.BA.</u> NIP. 197201252002121002 (Penguji Ahli II)		25/08/2021
4. <u>Dr. Mohamad Rizan, M.M.</u> NIP. 197206272006041001 (Pembimbing I)		25/08/2021
5. <u>Agung Kresnamurti Rivai P., ST, M.M</u> NIP. 197404162006041001 (Pembimbing II)		30/08/2021

Nama : Sabrina Maulia Jannatin  
No. Registrasi : 8215164855  
Program Studi : S1 Manajemen  
Tanggal Lulus : 31 Agustus 2021

## PERSYARATAN BEBAS PLAGIAT

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

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

Jakarta, Agustus 2021

Yang membuat pernyataan



Sabrina Maulia Jannatin

8215164855

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Rasulullah Muhammad SAW, keluarga, beserta sahabat dan umatnya. Dengan rasa syukur kepada Allah SWT akhirnya Peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini, yang berjudul “PENGARUH KEMASAN RAMAH LINGKUNGAN DAN PENGIKLANAN HIJAU TERHADAP PELANGGAN LOYALTY YANG DIMEDIASI OLEH CITRA MEREK (Studi Pada Pelanggan Starbucks)”.

Laporan ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Tanpa mengurangi rasa hormat kepada semua pihak yang selalu siap sedia memberikan bantuan, bimbingan, motivasi, saran, hingga mendukung baik berupa moril maupun materiil sehingga proses penulisan dan penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan waktu yang sudah ditentukan. Oleh karena itu, untuk semua pihak, Peneliti ingin mengucapkan banyak-banyak terima kasih kepada:

1. Dr. Mohammad Rizan S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing I yang selalu meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan serta masukan kepada Peneliti.
2. Agung Kresnamurti Rivai P., ST, M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang selalu meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberi masukan kepada Peneliti.
3. Dr. Suherman, S.E., M.Si., selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

5. Dosen-dosen Fakultas Ekonomi khususnya jurusan Manajemen yang telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman yang mungkin tidak akan Peneliti dapatkan dimanapun.
6. Umi, Abi, dan saudara-saudara atas doa yang tak henti-hentinya dan dukungan yang luar biasa, dan tentunya menjadi orang yang sangat berpengaruh bagi Peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.
7. Teman-teman, yang selalu menyemangati dan mendukung Peneliti untuk tetap semangat menyelesaikan penelitian ini.
8. Teman-teman S1 Manajemen 2016, khususnya Manajemen B yang saling mendukung satu sama lain dan memberikan semangat untuk menyelesaikan penelitian ini. Serta semua pihak yang tidak dapat Peneliti sebutkan satu persatu yang telah membantu kelancaran Peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan. Segala kritik dan saran dari pembaca yang bersifat membangun dapat memacu Peneliti untuk lebih baik lagi kedepannya. Semoga laporan skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan motivasi bagi Peneliti maupun pembaca sekalian di kemudian hari.

Jakarta, Agustus 2021

Sabrina Maulia Jannatin

8215164855