

ABSTRAK

PENGARUH GREEN PRODUCT, GREEN ADVERTISING, DAN GREEN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA THE BODY SHOP DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Studi pada Konsumen The Body Shop Provinsi DIY

Oktivani Samodra
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2023

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Pengaruh secara langsung *green product* terhadap loyalitas konsumen, 2) Pengaruh secara langsung *green advertising* terhadap loyalitas konsumen, 3) Pengaruh secara langsung *green brand image* terhadap loyalitas konsumen, 4) Pengaruh *green product* terhadap loyalitas konsumen dengan dimediasi oleh kepuasan konsumen, 5) Pengaruh *green advertising* terhadap loyalitas konsumen dengan dimediasi oleh kepuasan konsumen, 6) Pengaruh *green brand image* terhadap loyalitas konsumen dengan dimediasi oleh kepuasan konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat umum di Provinsi DIY. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan data yang diperoleh dari menyebarkan kuesioner ke 100 responden yang memenuhi kriteria yaitu masyarakat umum di Provinsi DIY yang telah melakukan pembelian produk The Body Shop lebih dari 3 kali dan menggunakan produk minimal dalam 3 bulan terakhir. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan aplikasi SMARTPLS 3.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) *Green product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. 2) *Green advertising* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, 3) *Green brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, 4) *Green product* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan mediasi sebagian (*partial mediation*) oleh kepuasan konsumen, 5) *Green advertising* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan dimediasi penuh (*full mediation*) oleh kepuasan konsumen, 6) *Green brand image* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan mediasi sebagian (*partial mediation*) oleh kepuasan konsumen.

Kata Kunci: *Green Product, Green Advertising, Green Brand Image*, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen.

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF GREEN PRODUCTS, GREEN ADVERTISING,
AND GREEN BRAND IMAGE ON CONSUMER LOYALTY IN
THE BODY SHOP WITH CUSTOMER SATISFACTION
VARIABLE MEDIATION AS**

Study on Consumers of The Body Shop, Province of DIY

Oktivani Samodra
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2023

This study aims to determine: 1) The direct influence of green product on consumer loyalty, 2) The direct influence of green advertising on consumer loyalty, 3) The direct influence of green brand image on consumer loyalty, 4) Influence of green product on consumer loyalty mediated by consumer satisfaction, 5) The Influence of green advertising on consumer loyalty mediated by consumer satisfaction, 6) The Influence of green brand image on consumer loyalty mediated by consumer satisfaction. The population in this study is the people (general public) in the province of DIY. The sampling technique in this study used purposive sampling with data obtained from distributing questionnaires to 100 respondents who met the criteria, namely the people (general public) in DIY Province who had purchased The Body Shop products more than 3 times and used the products at least in the last 3 months. Data analysis technique used in this study uses Partial Least Square (PLS) using the SMARTPLS 3.0 application. The results of this study indicate that 1) Green products had a positive and significant influence on consumer loyalty. 2) Green advertising had no significant influence on consumer loyalty, 3) Green brand image had a positive and significant influence on consumer loyalty, 4) Green product had a significant influence on consumer loyalty with partial mediation by consumer satisfaction, 5) Green advertising had a significant influence on consumer loyalty with full mediation (full mediation) by customer satisfaction, 6) Green brand image had a significant influence on consumer loyalty with partial mediation (partial mediation) by customer satisfaction.

Keywords: Green Product, Green Advertising, Green Brand Image, Consumer Satisfaction and Consumer Loyalty.