

**PENGARUH *GREEN MARKETING*, *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG GENERASI Z PRODUK  
*BODY MIST* THE BODY SHOP PADA PENGUNJUNG  
DI *MALL FX* SUDIRMAN SENAYAN**

**TUGAS AKHIR**

**AMALIA MENTARI PUTRI**

**203402516027**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA  
2024**

**PENGARUH *GREEN MARKETING*, *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG GENERASI Z PRODUK  
*BODY MIST* THE BODY SHOP PADA PENGUNJUNG  
DI *MALL FX* SUDIRMAN SENAYAN**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai  
gelar Sarjana Manajemen Universitas Nasional

Oleh:

**AMALIA MENTARI PUTRI**

**203402516027**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA  
2024**

## LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul:

**PENGARUH *GREEN MARKETING*, *BRAND IMAGE*, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG GENERASI Z PRODUK *BODY MIST THE BODY SHOP* PADA PENGUNJUNG DI *MALL FX SUDIRMAN SENAYAN***

Merupakan ideologi dan gagasan penulis, terkecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika **didalamnya** terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka dengan sepenuhnya menjadi **tanggung jawab** penulis.

Jakarta, 29 Februari 2024



Amalia Mentari Putri

NPM: 203402516027

UNIVERSITAS NASIONAL

## LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PENGARUH *GREEN MARKETING*, *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG GENERASI Z PRODUK *BODY MIST* THE BODY SHOP PADA PENGUNJUNG DI MALL FX SUDIRMAN SENAYAN**

Nama Mahasiswa : **AMALIA MENTARI PUTRI**  
Nomor Pokok : **203402516027**  
Program Studi : **MANAJEMEN**

Menyetujui

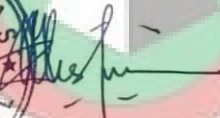
Pembimbing Tugas Akhir,



(Dr. Ir. Tri Waluyo, M.Agr.)

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen,



(Resti Hardini, S.E., M.Si.)



UNIVERSITAS NASIONAL

Jakarta, 29 Februari 2024

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : **PENGARUH *GREEN MARKETING*,  
*BRAND IMAGE* DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP MINAT BELI  
ULANG GENERASI Z PRODUK *BODY  
MIST THE BODY SHOP* PADA  
PENGUNJUNG DI *MALL FX SUDIRMAN*  
SENAYAN**

Nama Mahasiswa : **AMALIA MENTARI PUTRI**

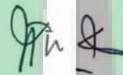
Nomor Pokok : **203402516027**

Program Studi : **MANAJEMEN**

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui,

Pembimbing Tugas Akhir



(Dr. Ir. Tri Waluyo, M.Agr.)

Ketua Penguji



(Dr. Rahayu, S.E., M.M.)

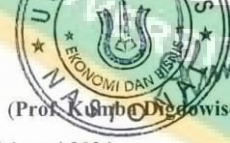
Anggota/Penguji,



(Atsari Sujud, S.E., M.M.)

Mengetahui

Dekan,



(Prof. Kumbung Dredowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D.)

Jakarta, 29 Februari 2024

Tanggal Lulus:

2024

**ABSTRAK**  
**PENGARUH *GREEN MARKETING*, *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG GENERASI Z PRODUK  
*BODY MIST* THE BODY SHOP PADA PENGUNJUNG  
DI *MALL FX* SUDIRMAN SENAYAN**

Oleh:

Amalia Mentari Putri

NPM: 203402516027

Tugas Akhir, di bawah bimbingan Dr. Ir. Tri Waluyo, M.Agr.

Studi dioperasikan untuk menguji relevansi variabel *green marketing* (X1), *brand image* (X2), dan kualitas produk (X3) terhadap minat beli ulang (Y) *body mist* The Body Shop pada pengunjung Generasi Z di *Mall FX* Sudirman Senayan. Peneliti mengelaborasi data dari 100 responden yang tertarik menyelami dunia perawatan pribadi dan pernah membeli minimal satu kali produk *body mist* The Body Shop. Memanfaatkan *software* SPSS 25 sebagai pedoman penghitungan. Penelitian ini menunjukkan bahwa *green marketing* berpengaruh positif tidak signifikan sedangkan *brand image* dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

**Kata Kunci:** *Green Marketing*, *Brand Image*, Kualitas Produk dan Minat Beli Ulang

**ABSTRACT**  
**THE INFLUENCE OF GREEN MARKETING, BRAND IMAGE AND  
PRODUCT QUALITY ON THE REPURCHASE INTENTION OF  
GENERATION Z FOR THE BODY SHOP'S BODY MIST AMONG  
FX SUDIRMAN SENAYAN MALL'S VISITOR**

By:

Amalia Mentari Putri

ID: 203402516027

*Thesis, under the guidance of Dr. Ir. Tri Waluyo, M.Agr.*

*This study aims to examine the impact of the variables green marketing (X1), brand image (X2), and product quality (X3) on repurchase intentions (Y) for The Body Shop body mist among Generation Z visitors at FX Sudirman Senayan Mall. In this research, data were collected from 100 respondents interested in personal care and who had purchased The Body Shop body mist at least once. The data were processed using SPSS 25 software. These findings indicate that green marketing has a positive but not significant influence, while brand image and product quality have a positive and significant impact on repurchase intentions.*

**Keywords: Green Marketing, Brand Image, Product Quality, Repurchase Intentions.**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP


### A. DATA PRIBADI

Nama : Amalia Mentari Putri  
Tempat, tanggal lahir : Jakarta, 13 Februari 2001  
Jenis kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Status : Belum Menikah  
Alamat : Jl Malaka No.64, Rt.5 Rw.5, Cilangkap/Cipayung  
Telepon/hp : 081283264659/081293842058  
Email : [amaliamentari@gmail.com](mailto:amaliamentari@gmail.com)

### B. RIWAYAT PENDIDIKAN

2007 – 2013 : SDN Cipayung 01 Jakarta Timur  
2013 – 2016 : SMPN 222 Jakarta Timur  
2016 – 2019 : SMAN 105 Jakarta Timur  
2020 – 2024 : Universitas Nasional

Jakarta, 29 Februari 2024



Amalia Mentari Putri



## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warohmatullahi Wabarakatuh,

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadiran Allah S.W.T penulis menyampaikan rasa syukur dan puji kepada-Nya atas kelimpahan rahmat sehingga penulis berhasil menyelesaikan penulisan skripsi berjudul "PENGARUH *GREEN MARKETING, BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG GENERASI Z PRODUK *BODY MIST* THE BODY SHOP PADA PENGUNJUNG DI *MALL FX SUDIRMAN SENAYAN*". Riset ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Hal wajar bahwa penulis menghadapi berbagai kendala, baik teknis maupun lainnya. Namun, berkat dukungan, kerjasama, semangat, dan bantuan dari berbagai pihak, penulis berhasil mengatasi semua hambatan tersebut. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, dengan kerendahan hati, rasa kasih sayang, dan rasa hormat, penulis ingin mengungkapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
4. Ibu Dr. Resti Hadini, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
5. Bapak Dr. Ir. Tri Waluyo, M.Agr selaku dosen pembimbing yang sudah membimbing dan membantu penulis untuk menyusun tugas akhir ini.
6. Kepada Seluruh Bapak/Ibu dosen khususnya dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis karena sudah menebarkan ilmu pengetahuan kepada anak didiknya sehingga bisa tumbuh dan berkembang dalam proses belajar.
7. Bapak dan Mama beserta keluarga yang selalu memberi dukungan dan doa kepada penulis agar bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
8. *My Gen Z Club* khususnya Hanifa, Firna, Cinta, Loki, Magneto dan Rifky yang selalu membantu dan saling memberi dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Seluruh pihak yang sulit untuk disebutkan satu persatu namanya, yang telah memberikan dukungan serta semangat untuk penulis untuk menyelesaikan tugas akhir

10. Serta teman-teman Manajemen Angkatan 2020 yang telah berbagi ilmu pengetahuan, pengalaman, cerita selama perkuliahan.

Penulis menyadari proses yang dijalani pada tahap pengelaborasi riset ini masih banyak terdapat kekurangan. Untuk itu terbuka untuk segala *feedback* yang dilontarkan atas segala kekurangan tersebut. Semoga kebaikan serta dukungan mereka kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini dapat dibaloh oleh Allah SWT. Mudah-mudahan skripsi ini dapat menjadi *insight* baru untuk penulis dan segala kalangan yang membacanya.

Terimakasih

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarokatuh.

Jakarta, 29 Februari 2024



Amalia Mentari Putri



## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN .....	iv
LEMBAR PENGESAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	7
A. Landasan Teori .....	7
1. Pemasaran .....	7
a. Pengertian Pemasaran .....	7
b. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	8
c. Bauran Pemasaran .....	8
2. Green Marketing .....	11
a. Pengertian <i>Green Marketing</i> .....	11
b. Indikator Green Marketing .....	12
3. <i>Brand Image</i> .....	14
a. Pengertian Brand Image .....	14
b. Faktor-Faktor Pembentuk <i>Brand Image</i> .....	14
c. Indikator Brand Image .....	14
4. Kualitas Produk .....	15
a. Pengertian Kualitas Produk .....	15
b. Manfaat Kualitas Produk .....	15
c. Indikator Kualitas Produk .....	16

5.	Minat Beli Ulang .....	16
a.	Pengertian Minat Beli Ulang.....	16
b.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang .....	16
c.	Indikator Minat Beli Ulang.....	17
B.	Keterkaitan Antar Variabel Penelitian.....	17
1.	Pengaruh <i>Green Marketing</i> Terhadap Minat Beli Ulang .....	17
2.	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Minat Beli Ulang.....	18
3.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang.....	18
C.	Hasil Penelitian Yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian .....	19
D.	Kerangka Analisis .....	23
E.	Hipotesis.....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>25</b>
A.	Objek Penelitian.....	25
B.	Data Penelitian .....	25
C.	Definisi Operasional Variabel.....	28
D.	Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	29
1.	Metode Analisis Deskriptif.....	29
2.	Uji Instrumen .....	29
a.	Uji Validitas .....	29
b.	Uji Reabilitas .....	29
3.	Uji Asumsi Klasik.....	30
a.	Uji Normalitas .....	30
b.	Uji Multikolinearitas.....	30
c.	Uji Autokorelasi.....	30
d.	Uji Heteroskedasitas .....	31
4.	Uji Kelayakan Model.....	31
a.	Uji F.....	31
b.	Koefisien Determinasi.....	32
5.	Metode Analisis Inferensial.....	32
a.	Analisis Regresi Linear Berganda .....	32
6.	Penguji Hipotesis.....	33
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>34</b>

<b>A. Hasil Penelitian.....</b>	<b>34</b>
<b>1. Deskripsi Data Penelitian .....</b>	<b>34</b>
<b>a. Sejarah <i>Body Mist</i> The Body Shop .....</b>	<b>34</b>
<b>b. Visi.....</b>	<b>36</b>
<b>c. Misi.....</b>	<b>36</b>
<b>2. Karakteristik Responden .....</b>	<b>36</b>
<b>a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....</b>	<b>37</b>
<b>b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....</b>	<b>38</b>
<b>c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....</b>	<b>39</b>
<b>d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....</b>	<b>40</b>
<b>3. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian.....</b>	<b>41</b>
<b>a. Uji Instrumen .....</b>	<b>45</b>
<b>b. Uji Asumsi Klasik.....</b>	<b>46</b>
<b>c. Uji Kelayakan Model.....</b>	<b>50</b>
<b>d. Metode Analisis Inferensial.....</b>	<b>52</b>
<b>e. Pengujian Hipotesis.....</b>	<b>53</b>
<b>B. Pembahasan.....</b>	<b>54</b>
<b>a. Pengaruh <i>Green Marketing</i> Terhadap Minat Beli Ulang .....</b>	<b>54</b>
<b>b. Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Ulang .....</b>	<b>56</b>
<b>c. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang.....</b>	<b>57</b>
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>59</b>
<b>A. Kesimpulan.....</b>	<b>59</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>59</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>61</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>64</b>

## DAFTAR TABEL

Table 1.1 Produk Body Mist di Indonesia Tahun 2020-2023.....	3
Table 2.1 Penelitian Rujukan Terdahulu .....	19
Table 3.1 Pengukuran Skala Likert .....	27
Table 3.2 Definisi Operasional .....	28
Tabel 4.1 Jenis Kelamin .....	37
Tabel 4.2 Usia .....	38
Tabel 4.3 Pekerjaan .....	39
Tabel 4.4 Pendapatan .....	40
Tabel 4.5 Deskriptif Variabel <i>Green Marketing</i> ( $X_1$ ) .....	41
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> ( $X_2$ ) .....	42
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel Kualitas Produk ( $X_3$ ).....	43
Tabel 4.8 Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang ( $Y$ ).....	44
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas .....	45
Tabel 4.10 Hasil Uji Reabilitas.....	46
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas.....	47
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	48
Tabel 4.13 Hasil Uji Autokorelasi.....	49
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	49
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas - <i>First Difference</i> .....	50
Tabel 4.16 Hasil Uji ANOVA (Uji F).....	50
Tabel 4.17 Uji Koefisien Determinasi.....	51
Tabel 4.18 Nilai Koefisien Regresi.....	52
Tabel 4.19 Hasil Uji t .....	53

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1 Kerangka Analisis.....</b>	<b>23</b>
<b>Gambar 4.1 Logo The Body Shop .....</b>	<b>35</b>
<b>Gambar 4.2 Diagram Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....</b>	<b>37</b>
<b>Gambar 4.3 Diagram Persentase Karakteristik Berdasarkan Usia.....</b>	<b>38</b>
<b>Gambar 4.4 Diagram Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....</b>	<b>39</b>
<b>Gambar 4.5 Diagram Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....</b>	<b>40</b>

