

**Pengaruh *Brand image*, Kualitas Produk dan *Green Marketing* Terhadap  
Loyalitas Konsumen Air Mineral Merek Le Minerale  
(Studi Pada Mahasiswa di Kota Purwokerto)**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

**YANUAR TRIYANTO RAHARJO**

**1902010409**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO**

**2024**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK DAN *GREEN MARKETING* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN AIR MINERAL MEREK LE MINERALE  
(Studi Pada Mahasiswa di Kota Purwokerto)**



**SKRIPSI**

**YANUAR TRIYANTO RAHARJO  
1902010409**

Diperiksa dan disetujui oleh :  
Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Muchammad Agung Miftahuddin", is written over a horizontal line.

**Muchammad Agung Miftahuddin, S.E., M.Si.**  
**NIK. 2160159**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh;

Nama : Yanuar Triyanto Raharjo  
NIM : 1902010409  
Program Studi : Manajemen S1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
Judul : **Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Green Marketing terhadap Loyalitas Konsumen Air Mineral Merek Le Minerale (Studi pada Mahasiswa di Purwokerto)**

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

### DEWAN PENGUJI

Ketua : Muchammad Agung Miftahuddin, S.E., M.Si

Anggota 1 : Hermin Endratno, S.E., M.Si.

Anggota 2 : Restu Frida Utami, S.E., M. Si.

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 16 Januari 2024



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
**Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si**  
NIK. 2160187

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yanuar Triyanto Raharjo  
NIM : 1902010409  
Program Studi : Manajemen S1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber pihak yang dikutip maupun rujukan telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 16 Januari 2024

Yang membuat pernyataan



Yanuar Triyanto Raharjo

**MOTTO**

**“KAIZEN”**

*“The philosophy of constant improvement”*

(Yanuar Triyanto R)



## PERSEMBAHAN



Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Kedua orang tua saya tercinta Bapak Suparto dan Ibu Sri Haryani yang tiada henti memberikan doa, kasih sayang, dan cintanya kepada saya. Terimakasih atas doa dan dukungannya yang selalu diberikan kepada saya.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, atas berkat dan rahmatNya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. Ns. Jebul Suroso, S.Kp., M. Kep, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto;
2. Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto;
3. Drs. Suyoto, M. Si, Ph.D., selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Muhammadiyah Purwokerto;
4. Muchammad Agung Miftahuddin, S.E.,M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
5. Hermin Endratno, S.E., M.Si, yang telah memberikan berbagai pernyataan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen;
6. Restu Frida Utami, S.E., M. Si.,yang telah memberikan berbagai pernyataan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen;
7. Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si., selaku dosen Pembimbing Akademik

yang telah membimbing semasa perkuliahan saya;

8. Bapak/ibu dosen seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama berada di bangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan;
9. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Suparto dan Ibu Sri Haryani yang selalu memberikan bantuan dukungan, kasih sayang, doa dan materi kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini;
10. Saudara, dan teman – teman saya yang selalu menemani saya mengerjakan skripsi dan menerima keluhan kesah serta memberikan semangat dan dukungannya kepada saya;

Purwokerto, 16 Januari 2024

Penulis

Yanuar Triyanto Raharjo

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

---

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yanuar Triyanto Raharjo  
NIM : 1902010409  
Program Studi : Manajemen S1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Roalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK, DAN GREEN MARKETING TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN AIR MINERAL MEREK LE MINERALE (Studi Pada Mahasiswa di Kota Purwokerto)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalih media/mengalih formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto

Pada tanggal : 16 Januari 2024

Yang menyatakan



Yanuar Triyanto Raharjo

# PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN GREEN MARKETING TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN AIR MINERAL MEREK LE MINERALE

(Studi Pada Mahasiswa di Kota Purwokerto)

**Yanuar Triyanto R<sup>1</sup>**

[yanuar.triyantor@gmail.com](mailto:yanuar.triyantor@gmail.com)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Purwokerto

**Muchammad Agung Miftahuddin<sup>2</sup>**

[muchamadagungm@gmail.com](mailto:muchamadagungm@gmail.com)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Purwokerto

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali dan menjelaskan pengaruh *Brand image*, Kualitas Produk dan *Green Marketing* terhadap loyalitas konsumen air mineral merek Le Minerale. Penelitian ini merupakan penelitian survey dengan jumlah 118 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Purposive Sampling*. Dengan metode analisis regresi linear berganda, Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image*, kualitas produk, dan *green marketing* secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Kemudian, *brand image* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen. Selain itu, kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dan *Green Marketing* secara parsial tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh perusahaan sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan branding perusahaan agar citra merek dari produk Le Minerale semakin baik dan dapat menyebabkan loyalitas konsumen.

**Kata Kunci** : *Brand Image*, Kualitas Produk, *Green Marketing* dan Loyalitas Konsumen

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY. AND  
GREEN MARKETING ON CUSTOMER LOYALTY OF LE MINERALE  
MINERAL WATER***

**(Studi Pada Mahasiswa di Kota Purwokerto)**

**Yanuar Triyanto R<sup>1</sup>**

[yanuar.triyantor@gmail.com](mailto:yanuar.triyantor@gmail.com)

*Management Study Program Faculty of Economics and Business  
Muhammadiyah University Purwokerto*

**Muchammad Agung Miftahuddin<sup>2</sup>**

[muchamadagungm@gmail.com](mailto:muchamadagungm@gmail.com)

*Management Study Program Faculty of Economics and Business  
Muhammadiyah University Purwokerto*

**ABSTRACT**

*This research aims to re-examine and explain the influence of Brand Image, Product Quality, and Green Marketing on consumer loyalty to the Le Minerale mineral water brand. The study adopts a survey approach with a sample size of 118 respondents, using the Purposive Sampling method. Employing multiple linear regression analysis, the research results indicate that brand image, product quality, and green marketing collectively influence consumer loyalty. Furthermore, brand image has a significant positive partial effect on consumer loyalty. However, product quality has no partial effect on consumer loyalty, and green marketing also has no partial effect on consumer loyalty. This study can be utilized by companies as a basis for enhancing corporate branding to improve the brand image of Le Minerale products, ultimately leading to increased consumer loyalty.*

**Keywords :** *Brand Image, Product quality, Green Marketing, and Customer Loyalty*

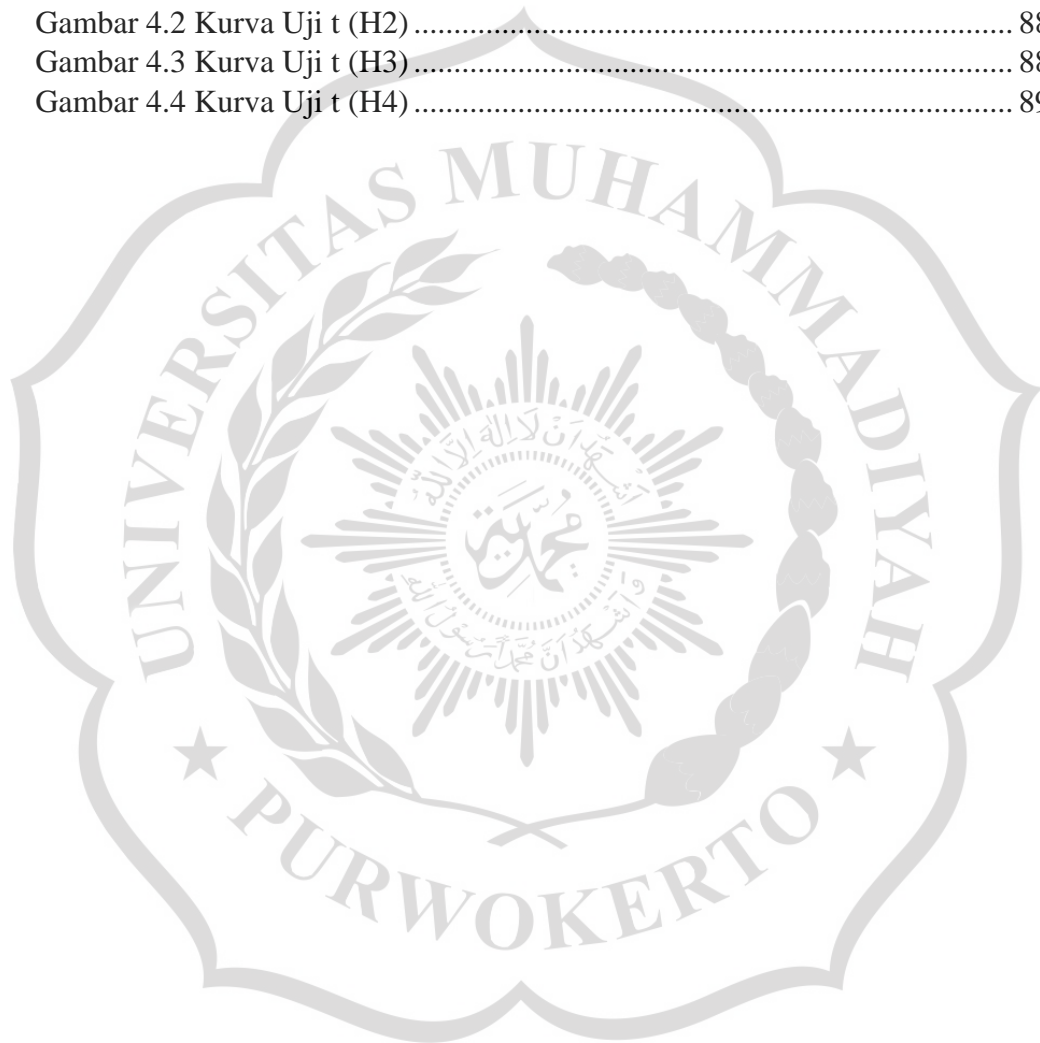
## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
MOTTO .....	iv
PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah .....	10
C. Pembatasan Masalah.....	10
D. Tujuan Penelitian .....	11
E. Manfaat Penelitian .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>13</b>
A. Landasan Teori.....	13
1. Manajemen Pemasaran .....	13
2. Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	13
3. Perilaku Konsumen.....	14
4. Loyalitas Konsumen .....	15
5. <i>Brand image</i> (Citra merek) .....	19
6. Kualitas Produk.....	21
7. <i>Green Marketing</i> .....	24
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	27
C. Kerangka Pemikiran.....	37
D. Hipotesis .....	42

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
A. Jenis Penelitian.....	43
B. Populasi dan Sampel Penelitian .....	43
C. Jenis Sumber Data.....	46
D. Teknik Pengumpulan Data.....	46
E. Variabel Penelitian.....	46
F. Definisi Operasional Variabel.....	47
G. Metode Analisis Data .....	49
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>60</b>
A. Hasil Penelitian .....	60
1. Gambaran Umum Perusahaan.....	60
2. Response Rate.....	62
3. Karakteristik Responden.....	62
4. Metode Analisis Data.....	67
5. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis .....	89
B. Pembahasan.....	90
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>96</b>
A. Simpulan .....	96
B. Keterbatasan Penelitian.....	96
C. Saran .....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>99</b>
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN.....</b>	<b>103</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	42
Gambar 3.1 Kurva Uji Hipotesis Kesatu (Uji F).....	56
Gambar 3.2 Kurva Uji Hipotesis Kedua.....	57
Gambar 3.3 Kurva Uji Hipotesis Ketiga.....	58
Gambar 3.4 Kurva Uji Hipotesis Keempat.....	59
Gambar 4.1 Kurva Uji F.....	86
Gambar 4.2 Kurva Uji t (H2).....	88
Gambar 4.3 Kurva Uji t (H3).....	88
Gambar 4.4 Kurva Uji t (H4).....	89



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Air Minum.....	2
Tabel 2.1 Daftar Penelitian Terdahulu .....	27
Tabel 3.1 Data Urutan Perguruan Tinggi.....	43
Tabel 3.2 Proporsi pembagian kuesioner .....	45
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel.....	47
Tabel 4.1 Response Rate .....	62
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	63
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Usia .....	63
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Universitas .....	64
Tabel 4.5 Data Responden Berdasarkan Jurusan .....	65
Tabel 4.6 Data Responden Berdasarkan Semester.....	66
Tabel 4.7 Hasil Statistik Loyalitas Konsumen .....	67
Tabel 4.8 Hasil Statistik Brand image .....	69
Tabel 4.9 Hasil Statistik Kualitas Produk .....	71
Tabel 4.10 Hasil Statistik Green Marketing.....	72
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen .....	75
Tabel 4.12 Uji Validitas Variabel Brand image.....	76
Tabel 4.13 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk .....	76
Tabel 4.14 Uji Validitas Variabel Green Marketing.....	77
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas .....	78
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas .....	80
Tabel 4.17 Hasil Uji Casewise .....	80
Tabel 4.18 Hasil Uji Normalitas .....	80
Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolinearitas.....	81
Tabel 4.20 Hasil Uji Heteroskedasitas .....	82
Tabel 4.21 Hasil Uji Analisis Regresi.....	83
Tabel 4.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R <sup>2</sup> ).....	85
Tabel 4.23 Hasil Uji F.....	86
Tabel 4.24 Hasil Uji T.....	87
Tabel 4.25 Ringkasan Pengujian Hipotesis.....	90

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner.....	104
Lampiran 2 : Deskripsi Responden .....	112
Lampiran 3 : Gambaran Umum Responden.....	118
Lampiran 4 : Nilai Data Distribusi.....	119
Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas .....	122
Lampiran 6 : Hasil Uji Relibilitas .....	126
Lampiran 7 : Uji Asumsi Klasik .....	127
Lampiran 8 : Analisis Regresi Berganda .....	128
Lampiran 9 : Hasil Uji Kecocokan Model .....	129
Lampiran 10 : Uji Simultan (F).....	129
Lampiran 11 : Uji Parsial (t) .....	129
Lampiran 12 : r tabel.....	130
Lampiran 13 : F tabel .....	131
Lampiran 14 : t tabel .....	132
Lampiran 15 : Bukti Cek Plagiarism (Turnitin)	

**Error! Bookmark not defined.**

