

PENGARUH GREEN MARKETING, CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

(Studi Pada Konsumen The Body Shop di Kabupaten Sleman)

SABRINA VITA SETYAWATI

NIM. 141150408

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

(sabrinavitas16@gmail.com)

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *green marketing*, citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen The Body Shop di Kabupaten Sleman. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen yang terdiri dari *green marketing*, citra merek, kualitas produk dan harga. Sedangkan untuk variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode survey. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Analisis data penelitian menggunakan aplikasi SPSS 16.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *green marketing*, citra merek, kualitas produk, dan harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen The Body Shop di Kabupaten Sleman. Selain itu hasil penelitian menunjukkan bahwa masing-masing variabel *green marketing*, citra merek, kualitas produk, dan harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen The Body Shop. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *green marketing*, citra merek, kualitas produk, dan harga maka kepuasan konsumen The Body Shop di Kabupaten Sleman akan semakin meningkat.

Kata kunci : green marketing, citra merek, kualitas produk, harga, dan kepuasan konsumen.