

## **ANALISIS STRATEGI *GREEN MARKETING MIX* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI VARIABEL MEDIASI KEPUASAN PELANGGAN DI KOPI MENOREH**

### **INTIRASI**

**Oleh:**

**SOFFIRA SURYA CITA**

**20/460639/TP/12849**

Kopi Menoreh sebagai kopi lokal berkonsep ekologis memanfaatkan sumber daya lokal dan terbarukan sebagai awal pergerakan keberlanjutan lingkungan. Masyarakat memanfaatkan komoditas kopi dengan membuka kedai di halaman rumahnya dengan modal dan konsep yang masih sederhana. Permasalahan yang terjadi pada sektor bisnis tersebut diantaranya rendahnya kemampuan inovasi dan adopsi teknologi. Selain itu, kondisi lingkungan yang dapat menyebabkan kualitas kopi menurun adalah perubahan iklim. Salah satu cara mengurangi dampak lingkungan dengan menerapkan strategi green marketing yang mendukung keberlanjutan lingkungan. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis bauran pemasaran menuju strategi *Green Marketing Mix* yang diterapkan pada Kopi Menoreh dan Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel green marketing mix terhadap variabel kepuasan dan loyalitas pelanggan di Kopi Menoreh.

Data primer yang diambil melalui observasi secara langsung, wawancara, dan penyebaran kuesioner menggunakan teknik *purposive sampling*. Sementara itu, data sekunder diambil dari dokumen-dokumen resmi pemerintah yang terkait. Penyebaran kuesioner pendahuluan dengan 32 responden dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas dari kuesioner tersebut menggunakan SPSS. Selanjutnya, penyebaran kuesioner dilakukan pada 110 responden untuk diolah data dan dianalisis menggunakan metode PLS-SEM dengan aplikasi SMART-PLS 3.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kopi Menoreh secara umum sudah menerapkan *green marketing*. Variabel *green marketing mix* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas. Kepuasan pelanggan juga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Strategi *green marketing mix* yang diterapkan pada Kopi Menoreh mempunyai peluang dan potensi yang cukup baik sehingga bisa terus dikembangkan dengan program-program yang berkelanjutan sehingga dapat menumbuhkan rasa kepuasan dan pada akhirnya pelanggan akan melakukan pembelian berulang dan menjadi pelanggan setia atau loyal terhadap Kopi Menoreh.

Kata kunci: *green marketing mix*, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, kopi menoreh

## **ANALYSIS OF GREEN MARKETING MIX STRATEGY ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION MEDIATION VARIABLES AT KOPI MENOREH**

### **ABSTRACT**

**By:**

**SOFFIRA SURYA CITA**

**20/460639/TP/12849**

Menoreh Coffee as a local coffee with an ecological concept utilizes local and renewable resources as the start of an environmental sustainability movement. People take advantage of the coffee commodity by opening a shop in their yard with simple capital and concept. Problems that occur in the business sector include low innovation capabilities and technology adoption. Apart from that, environmental conditions that can cause coffee quality to decline are climate change. One way to reduce environmental impacts is by implementing green marketing strategies that support environmental sustainability. The aim of this research is to analyze the marketing mix towards the Green Marketing Mix strategy applied to Kopi Menoreh and to determine the magnitude of the influence of the green marketing mix variable on the variables of customer satisfaction and loyalty at Kopi Menoreh.

Primary data was taken through direct observation, interviews, and distributing questionnaires using purposive sampling techniques. Meanwhile, secondary data was taken from related official government documents. A preliminary questionnaire was distributed to 32 respondents to test the validity and reliability of the questionnaire using SPSS. Next, questionnaires were distributed to 110 respondents for data processing and analysis using the PLS-SEM method with the SMART-PLS 3 application.

The research results show that Menoreh Coffee has generally implemented green marketing. The green marketing mix variable has a positive and significant influence on satisfaction and loyalty. Customer satisfaction also has a positive and significant influence on customer loyalty. The green marketing mix strategy applied to Kopi Menoreh has good opportunities and potential so that it can continue to be developed with sustainable programs so that it can foster a sense of satisfaction and in the end customers will make repeat purchases and become loyal or loyal customers to Kopi Menoreh.

**Keywords:** green marketing mix, customer satisfaction, customer loyalty, menoreh coffee