

ABSTRAK

Devita Nur Pratiwi, 2021. Pengaruh *Pengaruh Green Marketing* Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Batik Mayana Ecoprint Serba Usaha Ternate Lokal Produk (Studi Pada Masyarakat Kalumpang Kota Ternate Tengah). Ketua Komisi : Dr. E. Ida Hidayanti, SE., M.Si. Anggota Komisi : Ibnu Sina Hi. Yusuf, SE., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari variabel *Green Marketing* (X1) dan variabel Kualitas Produk (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian Kuantitatif. Sampel pada penelitian ini adalah pengunjung Serba Usaha Ternate Lokal Produk. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan realibitasnya. Alat uji yang digunakan adalah SPSS 23 (*Statistical Package For Soial Sciencies*) sebagai alat uji statistik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Hasil penelitian ini menunjukan bahwa variabel *Green Marketing* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. (2) Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. (3) Kepuasan Konsumen mampu berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Green Marketing* dan Kualitas Produk Pada Produk Batik Mayana *ecoprint*.

Kata Kunci : ***Green Martketing, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen***

ABSTRACT

Devita Nur Pratiwi, 2021. The Effect of Green Marketing and Product Quality Influence on Consumer Satisfaction in the Mayana Ecoprint Batik Products, All-Purpose Local Ternate Businesses (Studies in Kalumpang Community, Central Ternate City). Chairman of the Commission: Dr. E. Ida Hidayanti, SE., M.Si. Commissioner: Ibn Sina Hi. Yusuf, SE., M.Si.

This study aims to determine and analyze the effect of the Green Marketing variable (X1) and the Product Quality variable (X2) on Customer Satisfaction (Y). This type of research is quantitative research. The sample in this study were visitors of the Local Ternate Business Products. The sampling technique used purposive sampling with a total of 100 respondents. The data collection technique uses a questionnaire that has been tested for its validity and reality. The test tool used is SPSS 23 (Statistical Package for Problem Sciencies) as a statistical test tool.

The results showed that: (1) The results of this study indicate that the Green Marketing variable has an effect on Customer Satisfaction. (2) Product quality affects customer satisfaction. (3) Consumer Satisfaction is able to have a positive and significant effect on Green Marketing and Product Quality in Batik Mayana Ecoprint Products.

Keywords: Green Marketing, Product Quality, Customer Satisfaction