

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) Pengaruh *green product innovation* terhadap *green loyalty* pada produk Tupperware. (2) pengaruh *green product innovation* terhadap *green trust* pada produk Tupperware. (3) pengaruh *green product innovation* terhadap *green trust* pada produk Tupperware. (4) pengaruh *green trust* terhadap *green loyalty* pada produk Tupperware. (5) pengaruh *green satisfaction* terhadap *green loyalty* pada produk Tupperware. (6) pengaruh *green trust* terhadap *green satisfaction* pada produk Tupperware. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna pengguna Apple dan sample pada penelitian ini adalah pengguna Tupperware yang membeli dan menggunakan produk Tupperware. Jumlah sample pada penelitian ini sebanyak 180 responden. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara online dan pengolahan data dilakukan melalui software SmartPLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Green Product Innovation tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Green Loyalty. (2) Green Product Innovation berpengaruh positif dan signifikan terhadap Green Satisfaction. (3) Green Product Innovation berpengaruh positif dan signifikan terhadap Green Trust. (4) Green Trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap Green Loyalty. (5) Green Satisfaction berpengaruh positif dan signifikan terhadap Green Loyalty. (6) Green Trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap Green Satisfaction.

Zeno Akhbar Zaisie : Pengaruh Produk Hijau Terhadap *trust*
(2017/17059255) Loyalitas Pelanggan pada Produk Tupperware
di Kota Padang
Dosen Pembimbing : **Abror, S.E., M.E., Ph.D**

Tupperware. (3) pengaruh *green product innovation* terhadap *green trust* pada produk Tupperware. (4) pengaruh *green trust* terhadap *green loyalty* pada produk Tupperware. (5) pengaruh *green satisfaction* terhadap *green loyalty* pada produk Tupperware. (6) pengaruh *green trust* terhadap *green satisfaction* pada produk Tupperware. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna pengguna Apple dan sample pada penelitian ini adalah pengguna Tupperware yang membeli dan menggunakan produk Tupperware. Jumlah sample pada penelitian ini sebanyak 180 responden. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara online dan pengolahan data dilakukan melalui software SmartPLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Green Product Innovation tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Green Loyalty. (2) Green Product Innovation berpengaruh positif dan signifikan terhadap Green Satisfaction. (3) Green Product Innovation berpengaruh positif dan signifikan terhadap Green Trust. (4) Green Trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap Green Loyalty. (5) Green Satisfaction berpengaruh positif dan signifikan terhadap Green Loyalty. (6) Green Trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap Green Satisfaction.

Kata Kunci : *inovasi produk hijau; kepercayaan hijau; kepuasan hijau; loyalitas hijau*

ABSTRAK

This study aims to analyze (1) the effect of green products innovation on green loyalty to Tupperware products. (2) the effect of green products innovation on green satisfaction on

**Zeno Akhbar Zaisie : The Effect of Green Products on
(2017/17059255) Customer Loyalty (Case Study on
Tupperware Product)**

Supervisor : Abror, S.E., M.E., Ph.D

Tupperware products. (3) the effect of green products innovation on green trust in Tupperware products. (4) the effect of green trust on green loyalty on Tupperware products. (5) the effect of green satisfaction on green loyalty on Tupperware products. (6) the effect of green trust on green satisfaction on Tupperware products. The population in this study were all Tupperware users and the sample in this study were Tupperware users who bought and used Tupperware products. The sample size in this study 180 respondent. Data was collected through the distribution of online questionnaires and data processing was carried out through SmartPLS software. The result of this study indicates that (1) Green Product Innovation has no positive and insignificant effect on Green Loyalty. (2) Green Product Innovation has a positive and significant effect on Green Satisfaction. (3) Green Product Innovation has a positive and significant effect on Green Trust. (4) Green Trust has positive and significant effect on Green Loyalty. (5) Green Satisfaction has a positive and significant effect on Green Loyalty. (6) Green Trust has a positive and significant effect on Green Satisfaction.

Keywords : *green product innovation; green satisfaction; green trust; green loyalty*