

GREEN MARKETING MIX, ENTREPRENEURIAL COGNITION, DAN GREEN INNOVATION UNTUK SUSTAINABILITY PADA INDUSTRI KOSMETIK NATURAL

‘ALYA’ NADHIFAH BINTANG RAMADHAN



**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “*Green Marketing Mix, Entrepreneurial Cognition, dan Green Innovation untuk Sustainability pada Industri Kosmetik Natural*” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2025

’Alya’ Nadhifah Bintang Ramadhan
H2401211080



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



ABSTRAK

ALYA NADHIFAH BINTANG RAMADHAN. *Green Marketing Mix, Entrepreneurial Cognition, dan Green Innovation untuk Sustainability* pada Industri Kosmetik Natural. Dibimbing oleh HARDIANA WIDYASTUTI.

Industri kosmetik natural di Indonesia tumbuh pesat seiring kesadaran konsumen akan produk yang aman dan ramah lingkungan meningkat. Namun, masih menghadapi tantangan, seperti dominasi produk asing serta tingginya limbah kemasan plastik. Penelitian bertujuan menganalisis pengaruh *green marketing mix* (GMM), *entrepreneurial cognition* (EC), dan *green innovation* (GI) terhadap *sustainability* (SU) pada industri kosmetik natural di Indonesia. Penelitian dilakukan dari bulan April – Juli 2025 menggunakan pendekatan kuantitatif dengan 100 pelaku usaha kosmetik natural di Indonesia melalui *purposive* dan *snowball sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan SEM-PLS. Hasil menunjukkan bahwa GMM, EC, dan GI berpengaruh signifikan dan positif terhadap SU dengan *green marketing mix* menjadi variabel paling dominan serta ketiganya memiliki keterkaitan hubungan dalam meningkatkan SU. Temuan ini menegaskan pentingnya strategi yang terintegrasi antara ketiga variabel serta memberikan implikasi praktis bagi usaha kosmetik dalam mengembangkan model bisnis kompetitif dan berkelanjutan.

Kata kunci: bauran pemasaran hijau, inovasi hijau, keberlanjutan, kognisi kewirausahaan, kosmetik natural.

ABSTRACT

ALYA NADHIFAH BINTANG RAMADHAN. *Green Marketing Mix, Entrepreneurial Cognition, and Green Innovation for Sustainability in the Natural Cosmetics Industry*. Supervised by HARDIANA WIDYASTUTI.

The natural cosmetics industry in Indonesia is growing rapidly as consumer awareness of safe and environmentally friendly products increases. However, it still faces challenges, such as the dominance of foreign products and high plastic packaging waste. This research aims to analyze the influence of green marketing mix (GMM), entrepreneurial cognition (EC), and green innovation (GI) on sustainability (SU) in the natural cosmetics industry in Indonesia. The research was conducted from April to July 2025 using a quantitative approach involving 100 natural cosmetics entrepreneurs in Indonesia through *purposive* and *snowball sampling*. Data were collected using questionnaires and analyzed using SEM-PLS. The results show that GMM, EC, and GI have a significant and positive effect on SU, with the green marketing mix being the most dominant variable, and all three are interconnected in enhancing SU. This finding emphasizes the importance of an integrated strategy among the three variables and provides practical implications for cosmetic businesses in developing a competitive and sustainable business model.

Keywords: entrepreneurial cognition, green innovation, green marketing mix, natural cosmetics, sustainability.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

***GREEN MARKETING MIX, ENTREPRENEURIAL
COGNITION, DAN GREEN INNOVATION UNTUK
SUSTAINABILITY PADA INDUSTRI KOSMETIK NATURAL***

‘ALYA’ NADHIFAH BINTANG RAMADHAN

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Manajemen

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

1. Dr. Ir. Mimin Aminah, M. M.
2. Nurhadi Wijaya, S. T. P., M. M.



Judul Skripsi : *Green Marketing Mix, Entrepreneurial Cognition, dan Green Innovation* untuk *Sustainability* pada Industri Kosmetik Natural

Nama : 'Alya' Nadhifah Bintang Ramadhan

NIM : H2401211080

Disetujui oleh



Pembimbing 1:

Hardiana Widyastuti, S.Hut., M.M.

Diketahui oleh



Ketua Departemen Manajemen:

Dr. Eko Ruddy Cahyadi, S.Hut., M.M.

NIP 197812132006041001

Tanggal Ujian:
08 Agustus 2025

Tanggal Lulus:



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga mampu menyelesaikan skripsi secara tuntas. Penelitian bertema pemasaran yang dilaksanakan sejak bulan April 2025 sampai bulan Juli 2025 dengan judul “*Green Marketing Mix, Entrepreneurial Cognition, dan Green Innovation untuk Sustainability pada Industri Kosmetik Natural*”. Penulisan skripsi ini tentunya tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Hardiana Widyastuti, S.Hut., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pembelajaran terbaik, arahan, serta dukungan yang membangun hingga penelitian selesai.
2. Kedua orang tua saya, yaitu Bapak Joko Sujarwo dan Ibu Sri Iswanti yang tidak pernah putus mendoakan penulis, penenang dikala hati yang tidak karuan, sekaligus penyemangat untuk meraih gelar pendidikan. Dua sosok yang menjadi alasan penulis bertahan, yang tidak pernah meminta, tetapi selalu memberikan segalanya. Tolong hidup lebih lama, izinkan saya mengabdikan dan membalas segala pengorbanan yang diberikan.
3. Kedua saudara kesayangan, Sasqia Rizki Almas dan Arifah Mutiara Hemas Anindita yang telah banyak menemani proses skripsi, tempat berkeluh kesah, dan saling menjadi tempat bersandar ketika kehidupan sudah mulai membingungkan.
4. Sahabat penulis, Anggri, Rinanda, dan Rischa yang kebersamaan penulis dari bangku SMA hingga titik penulis berkembang. Terima kasih segala canda, dan ruang aman yang tidak pernah mengkhianati bagi penulis.
5. Teman-teman PKM Pikukuh Karuhun dan GUKOP yang menjadi tempat tumbuh bersama dan saling bertukar semangat juga ide.
6. Teman-teman Manajemen 57 – 59, Akpres Ormawa PKU Swarsa, BEM FEM Sangga Triaksa, IPB MUN 2023/2024, COM@Care, 180DC, serta MSIB BCF Batch 7 untuk setiap kenangan dan perjuangan hebat dalam belajar memaknai kebersamaan, kerja keras, tumbuh, dan memberi dampak.
7. Seseorang yang hadir di akhir perjalanan meski berakhir di H-7 sidang. Penulis belajar bahwa proses tidak hanya pencapaian, tetapi juga berani untuk saling menunggu, menjemput dari kejatuhan, dan terus berjalan meski arah kadang tak pasti.
8. Dan terakhir, kepada diri sendiri yang tidak pernah menyerah meski harus jatuh berkali-kali, fase terapan yang tetap tersenyum lebar meski dunia sedang tidak berada dipihaknya. Terima kasih telah selalu percaya bahwa badai pun akan berlalu dan dirimu layak sampai di titik ini. Semoga kelak, tidak hanya menjadi versi yang lebih baik, tetapi juga lebih damai dan bahagia.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Agustus 2025

‘Alya’ Nadhifah Bintang Ramadhan



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan	7
1.4 Manfaat	8
1.5 Ruang Lingkup	8
II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 <i>Entrepreneurial Cognition</i>	9
2.2 <i>Green Marketing Mix</i>	10
2.3 <i>Sustainability</i>	11
2.4 <i>Green Innovation</i>	12
2.5 Kosmetik Natural	12
2.6 Penelitian Terdahulu	13
2.7 Hipotesis	15
III METODE PENELITIAN	17
3.1 Kerangka Pemikiran	17
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	18
3.3 Jenis dan Sumber Data	19
3.4 Metode Penarikan Sampel	19
3.5 Skala Pengukuran Variabel	20
3.6 Metode Pengolahan dan Analisis Data	21
3.7 <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	23
3.8 Variabel Operasional	24
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Karakteristik Responden	30
4.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel	32
4.3 <i>Analisis Structural Equation Modelling-Partial Least Square</i>	39
4.4 Implikasi Manajerial	51
V. PENUTUP	55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	61
RIWAYAT HIDUP	67



DAFTAR TABEL

1	Kontribusi produk kosmetik	5
2	Penelitian terdahulu	13
3	Ukuran sampel minimum dan tingkat signifikansi	20
4	Hasil estimasi awal koefisien jalur <i>pilot study</i>	20
5	Skala pengukuran variabel	21
6	Rentang skala analisis deskriptif	22
7	Evaluasi model pengukuran	23
8	Evaluasi model struktural	24
9	Variabel operasional	24
10	Karakteristik perusahaan	30
11	Analisis deskriptif variabel <i>green marketing mix</i>	33
12	Analisis deskriptif variabel <i>entrepreneurial cognition</i>	35
13	Analisis deskriptif variabel <i>green innovation</i>	36
14	Analisis deskriptif variabel <i>sustainability</i>	37
15	<i>Internal consistency reliability</i> tahap I	42
16	Hasil <i>uji convergent validity</i> tahap I	42
17	Nilai HTMT tahap I sebelum <i>dropping</i>	43
18	Nilai korelasi GID dan GIS	44
19	Nilai HTMT tahap 1 setelah <i>dropping</i>	44
20	Nilai <i>outer loading</i> tertinggi tahap II	46
21	<i>Internal consistency reliability</i> tahap II	47
22	Hasil <i>uji convergent validity</i> tahap II	47
23	Nilai rasio HTMT tahap II	48
24	Nilai VIF variabel	49
25	Hasil evaluasi kekuatan penjelasan model	49
26	Hasil <i>bootstrapping</i>	49
27	Penerapan strategi yang telah diterapkan perusahaan	51
28	Implikasi manajerial	53

DAFTAR GAMBAR

1	Pendapatan pasar kecantikan di Indonesia (2014-2027)	2
2	Rekapitulasi industri kosmetik di Indonesia	3
3	Pertimbangan nilai produk bagi konsumen	5
4	Model penelitian	16
5	Kerangka pemikiran	18
6	Visualisasi analisis deskriptif GMM	34
7	Visualisasi analisis deskriptif EC	36
8	Visualisasi analisis deskriptif GI	37
9	Visualisasi analisis deskriptif SU	38
10	Rata-rata per variabel	39
11	Nilai <i>outer loading</i> tahap I	41
12	Nilai <i>outer loading</i> tahap II	45



DAFTAR LAMPIRAN

1	Hasil uji validitas instrumen penelitian	62
2	Hasil uji reliabilitas instrumen penelitian	64
3	Hasil <i>outer loading</i> tahap I evaluasi model pengukuran	65



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.