

ANALISIS NIAT BELI PRODUK PERAWATAN DIRI RAMAH LINGKUNGAN MENGGUNAKAN TEORI *VALUE-BELIEF-NORM*

VELLICIA ANGELINE PURWANTO



**DEPARTEMEN ILMU KELUARGA DAN KONSUMEN
FAKULTAS EKOLOGI MANUSIA
IPB UNIVERSITY
BOGOR
2026**

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.

PENYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Analisis Niat Beli Produk Perawatan Diri Ramah Lingkungan Menggunakan Teori *Value-Belief-Norm*” 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, Januari 2026

Vellicia Angeline Purwanto
I2401211091

- 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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

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

VELLICIA ANGELINE PURWANTO. Analisis Niat Beli Produk Perawatan Diri Ramah Lingkungan Menggunakan Pendekatan Teori *Value-Belief-Norm*. Dibimbing oleh ISTIQLALIYAH MUFLIKHATI.

Produk perawatan diri (*personal care products/PCPs*) digunakan secara rutin, namun berkontribusi terhadap pencemaran lingkungan melalui limbah plastik dan bahan kimia resistan. Rendahnya kesadaran konsumen serta persepsi negatif terhadap harga dan efektivitas produk ramah lingkungan menyebabkan niat beli masih rendah. Penelitian ini bertujuan menganalisis niat beli produk perawatan diri ramah lingkungan menggunakan Teori Value-Belief-Norm (VBN) yang mencakup nilai individu, *perceived consumer effectiveness* (PCE), dan norma pribadi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain cross-sectional melalui survei daring terhadap 263 responden berusia 13-60 tahun di Indonesia. Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif, analisis korelasi, dan Structural Equation Modeling (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai individu tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli pada seluruh generasi. PCE berpengaruh signifikan terhadap niat beli pada Generasi Z, namun tidak signifikan pada generasi lainnya. Norma pribadi tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli pada seluruh kelompok generasi. Penguatan *perceived consumer effectiveness* (PCE) penting generasi Z dalam untuk meningkatkan niat beli produk perawatan diri ramah lingkungan.

Kata Kunci: niat beli, nilai individu, norma pribadi, *perceived consumer effectiveness*, *personal care products*, value-belief-norm

ABSTRACT

VELLICIA ANGELINE PURWANTO. Analysis of Environmental-Friendly Self-Care Products Purchase Intention Using Value-Belief-Norm Theory Approach. Supervised by ISTIQLALIYAH MUFLIKHATI.

Personal care products (PCPs) are routinely used but contribute to environmental pollution through plastic waste and persistent chemicals. Low consumer awareness and negative perceptions of environmentally friendly products result in low purchase intention. This study analyzes purchase intention toward environmentally friendly personal care products using the Value-Belief-Norm (VBN) theory. A quantitative cross-sectional survey of 263 respondents in Indonesia was analyzed using Structural Equation Modeling (SEM). The results show that individual values do not significantly influence purchase intention among all generation, while perceived consumer effectiveness (PCE) significantly influences purchase intention among Generation Z. Personal norms do not significantly affect purchase intention across all generations. These findings highlight the importance of strengthening perceived consumer effectiveness (PCE) in generation Z to increase purchase intention toward environmentally friendly personal care products.

Keywords: environmental-friendly personal care products, perceived consumer effectiveness, personal norms, personal values, purchase intention, value-belief-norm

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, tahun 2026

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

ANALISIS NIAT BELI PRODUK PERWATAAN DIRI RAMAH LINGKUNGAN MENGGUNAKAN TEORI *VALUE-BELIEF-NORM*

VELLICIA ANGELINE PURWANTO

Skripsi

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana pada

Program Studi Ilmu Keluarga dan Konsumen

**DEPARTEMEN ILMU KELUARGA DAN KONSUMEN
FAKULTAS EKOLOGI MANUSIA
IPB UNIVERSITY
BOGOR
2026**



@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. Prof. Dr. Megawati Simanjuntak, S.P., M.Si.
2. Musthofa, S.Ag., M.Pd.I.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Niat Beli Produk Perawatan Diri Ramah Lingkungan Menggunakan Teori *Value-Belief-Norm*
 Nama : Vellicia Angeline Purwanto
 NIM : I2401211091

Disetujui oleh,

Pembimbing :
 Dr. Ir. Istiqlaliyah Muflikhati, M.Si
 NIP. 196406161989032014

Diketahui oleh,

Plt. Ketua Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen :
 Prof. Dr. Megawati Simanjuntak, SP., M.Si
 NIP. 197211032005012002



Tanggal Ujian: 17 Desember 2025

Tanggal Lulus: 20 JAN 2026



PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas rahmat, kasih karunia, dan penyertaan-Nya sehingga skripsi berjudul “*Analisis Niat Beli Produk Perawatan Diri Ramah Lingkungan Menggunakan Teori Value-Belief-Norm*” dapat terselesaikan dengan baik. Segala proses dan tantangan selama penyusunan skripsi ini dapat dilalui berkat pertolongan Tuhan yang senantiasa menguatkan.

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Ibu Dr. Ir. Istiqlaliyah Muflikhati, M.Si., selaku dosen pembimbing, atas waktu, arahan, dan bimbingan yang sangat berarti selama penelitian ini berlangsung. Penulis juga menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Prof. Dr. Ir. Lilik Noor Yuliati, M.FSA., Dr. Irni Rahmayani Johan, S.P., M.M., Prof. Dr. Megawati Simanjuntak, S.P., M.Si., serta Mustofa, S.Ag., M.Pd.I. selaku dosen penguji kolokium, seminar hasil, dan sidang skripsi atas segala saran, kritik, evaluasi, serta arahan yang sangat berharga selama proses penyusunan dan penyempurnaan skripsi ini.

Penghargaan yang mendalam penulis sampaikan kepada alm. Laurentinus D.J. Purwanto dan almh. Ong Ang Rina, orang tua tercinta, atas kasih, doa, dan inspirasi hidup yang selalu mengiringi setiap langkah penulis. Ucapan terima kasih juga diberikan kepada William Andanu Purwanto, Lim Soe Ha, Kristina Purtiningsih, serta seluruh keluarga besar atas dukungan moral, spiritual, dan materi yang tidak pernah berhenti.

Rasa terima kasih penulis tunjukkan kepada Aldiyan Tri Utama S.P atas motivasi dan pendampingannya, serta kepada sahabat-sahabat dekat Reza Ardhian Dwi Kuncoro, Elisse Kurnia Putri, dan Lusiana Arie Wijayanti atas dukungan dan kebersamaan.

Penulis juga berterima kasih kepada keluarga Non-Poligami (Salsabila Dianti, Bintang Restu Rejeki, Annisa Wyne Rosalia, Raysha Sadira Rukmana, Karina Aprillya, dan Della Maria Sihotang) serta teman-teman seperjuangan KEMAKI, Interskuy, KiNi Hebat, dan Apabya yang turut mewarnai perjalanan perkuliahan.

Apresiasi juga penulis berikan kepada LANY, Juicy Luicy, NIKI, Tim Kaciw, Raditya Dika, Nadia Omara, dan A4A Clan yang menemani melalui karya-karya mereka, serta Taichan Corner Bara, Soto Ayam Kantin Sapta, dan Chick n Tea yang menjadi penyemangat selama perjalanan kuliah.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya ini dapat memberi manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan. Kiranya Tuhan Yesus Kristus memberkati setiap langkah kita semua.

Bogor, Januari 2026

Vellicia Angeline Purwanto
NIM I2401211091

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	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Teori Value-Belief-Norm	4
2.2 Niat Beli	5
2.3 Produk Perawatan Diri Ramah Lingkungan	6
2.4 Nilai Individu berpengaruh terhadap <i>Perceived Consumer Effectiveness</i> (PCE)	7
2.5 Hubungan <i>Perceived Consumer Effectiveness</i> (PCE) terhadap norma pribadi.	8
2.6 Nilai individu terhadap niat beli produk perawatan diri ramah lingkungan.	9
2.7 <i>Perceived Consumer Effectiveness</i> (PCE) berpengaruh langsung terhadap niat beli produk perawatan diri ramah lingkungan.	10
2.8 Norma pribadi berpengaruh langsung terhadap niat beli produk ramah lingkungan.	11
III KERANGKA PEMIKIRAN	
IV METODE PENELITIAN	
4.1 Desain, Tempat, dan Waktu	14
4.2 Teknik Pengambilan Sampel	14
4.3 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	14
4.4 Variabel dan Pengukurannya	15
4.5 Pengolahan dan Analisis Data	17
4.5.1 Analisis Statistik Deskriptif	17
4.5.2 Analisis Korelasi	18
4.5.3 Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	18
4.6 Definisi Operasional	18
V HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Karakteristik Responden	20
4.2 Deskripsi Indikator Variabel	21
4.2.1 Nilai Individu	22
4.2.2 <i>Perceived Consumer Effectiveness</i> (PCE)	23
4.2.3 Norma Pribadi	24
4.2.4 Niat Beli Produk Perawatan Diri Ramah Lingkungan	26
4.3 Uji Korel Karakteristik Responden dengan Variabel Laten	27
4.4 Hasil SEM-PLS	28
4.4.1 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	28

4.4.2 Kontribusi Dimensi dan Indikator terhadap Setiap Variabel	31
4.4.3 Validitas Diskriminan, Reliabilitas, dan Evaluasi Pengukuran Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	35
4.4.4 Pengujian Hipotesis	39
4.5 Pembahasan	45
4.5.1 Pengaruh Nilai Individu terhadap <i>Perceived Consumer Effectiveness</i> (H1)	45
4.5.2 Pengaruh <i>Perceived Consumer Effectiveness</i> (PCE) terhadap Norma Pribadi (H2)	48
4.5.3 Pengaruh Nilai Individu terhadap Niat Beli Produk Perawatan Diri Ramah Lingkungan (H3)	50
4.5.4 Pengaruh <i>Perceived Consumer Effectiveness</i> (PCE) terhadap Niat Beli Produk Perawatan Diri Ramah Lingkungan (H4)	52
4.5.5 Pengaruh Norma Pribadi terhadap Niat Beli Produk Perawatan Diri Ramah Lingkungan (H5)	54
4.6 Keterbatasan Penelitian	55
VI SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	57
5.2 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	66
RIWAYAT HIDUP	72

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 TABEL

1	Variabel, Kode, Indikator, dan Skala	15
2	Karakteristik Responden	20
3	Sebaran responden dan rata-rata skor variabel nilai individu	22
4	Sebaran responden berdasarkan kategori nilai individu	23
5	Sebaran jawaban responden pada variabel <i>Perceived Consumer Effectiveness</i>	24
6	Sebaran responden berdasarkan kategori <i>Perceived Consumer Effectiveness</i>	24
7	Sebaran jawaban responden pada variabel Norma Pribadi	25
8	Sebaran responden berdasarkan kategori Norma Pribadi	26
9	Sebaran jawaban responden pada niat beli produk perawatan diri ramah lingkungan	26
10	Sebaran responden berdasarkan kategori niat beli produk perawatan diri ramah lingkungan	27
11	Nilai koefisien korelasi karakteristik responden dengan nilai individu, <i>perceived consumer effectiveness</i> (PCE), norma pribadi dan niat beli produk perawatan diri ramah lingkungan	27
12	Hasil kontribusi dimensi terhadap setiap variabel laten	31
13	Hasil kontribusi indikator terhadap setiap variabel	32
14	Nilai Cronbach's Alpha, Composite Reliability, dan AVE	36
15	Hasil analisis model struktural R Square	38
16	Hasil pengujian hipotesis pengaruh langsung variabel pada responden generasi Z	39
17	Hasil Pengujian hipotesis pengaruh tidak langsung variabel responden generasi Z	40
18	Hasil estimasi model total pada model SEM responden generasi Z	40
19	Hasil pengujian hipotesis pengaruh langsung variabel responden generasi milenial	41
20	Hasil pengujian hipotesis pengaruh tidak langsung variabel responden generasi milenial	42
21	Hasil estimasi pengaruh total pada model SEM responden Generasi X	42
22	Hasil pengujian hipotesis pengaruh langsung variabel responden Generasi X	43
23	Hasil Pengujian hipotesis pengaruh tidak langsung variabel responden Generasi X	44
24	Hasil estimasi pengaruh total pada model SEM responden Generasi X	44

DAFTAR GAMBAR

1	Kerangka Pemikiran	13
2	Model Hybrid SEM	18
3	Model SEM Awal Responden Generasi Z	29
4	Model SEM Akhir Responden Generasi Z	29
5	Model SEM Awal Generasi Milenial dan Generasi X	30
6	Model SEM Akhir Generasi Milenial dan Generasi X	31



DAFTAR LAMPIRAN

1 Kuesioner Penelitian

65

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.