



PENGARUH *ENVIRONMENTAL CONCERN*, IKLAN DI MEDIA SOSIAL, DAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR* (TPB) MODEL TERHADAP NIAT BELI PEMBALUT KAIN

NAJWAH ADINDA ALFIAH



**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.

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Iklan di Media Sosial, *Environmental Concern*, dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) Model terhadap Niat Beli Pembalut Kain” 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

Najwah Adinda Alfiah
H2401211030

- 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

NAJWAH ADINDA ALFIAH. Pengaruh *Environmental Concern*, Iklan di Media Sosial, dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) Model terhadap Niat Beli Pembalut Kain. Dibimbing oleh RINDANG MATOATI.

Limbah pembalut sekali pakai menimbulkan masalah lingkungan yang serius. Pembalut kain hadir sebagai alternatif ramah lingkungan, namun tingkat adopsinya masih rendah. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *environmental concern*, iklan di media sosial, dan model *Theory of Planned Behavior* (TPB) terhadap niat beli pembalut kain. Metode penelitian meliputi analisis deskriptif, *Structural Equation Modeling* (SEM), dan *Thematic Content Analysis* (TCA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepedulian lingkungan berpengaruh positif terhadap sikap konsumen, iklan di media sosial efektif meningkatkan kesadaran dan norma subjektif, sementara variabel dalam TPB yaitu *attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* secara simultan memengaruhi niat beli. Temuan ini menegaskan pentingnya strategi pemasaran digital yang disertai edukasi lingkungan untuk mendorong konsumsi produk ramah lingkungan..

Kata kunci: *environmental concern*, iklan di media sosial, niat beli, pembalut kain, *theory of planned behavior*,

ABSTRACT

NAJWAH ADINDA ALFIAH. The Influence Of Environmental Concern, Social Media Advertising, Environmental Concern, And Theory Of Planned Behavior (TPB) Model On The Purchase Intention Of Cloth Sanitary Napkins. Supervised by RINDANG MATOATI.

Disposable sanitary pads generate serious environmental problems. Cloth pads emerge as a more eco-friendly alternative, yet their adoption rate remains low. This study aims to analyze the influence of environmental concern, social media advertising, and the Theory of Planned Behavior (TPB) model on purchase intention of cloth pads. The research employed descriptive analysis, Structural Equation Modeling (SEM), and Thematic Content Analysis (TCA). The findings indicate that environmental concern positively affects consumer attitudes, while social media advertising effectively raises awareness and strengthens subjective norms. Furthermore, TPB variables that is attitude, subjective norm, and perceived behavioral control simultaneously influence purchase intention. These results highlight the importance of combining digital marketing strategies with environmental education to encourage the adoption of sustainable products.

Keywords: cloth sanitary napkins, environmental concern, purchase intention, social media ads, theory of planned behavior.



@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.



PENGARUH ENVIRONMENTAL CONCERN, IKLAN DI MEDIA SOSIAL, DAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (TPB) MODEL TERHADAP NIAT BELI PEMBALUT KAIN

NAJWAH ADINDA ALFIAH

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. Eka Dasra Viana, S.E., Ak, M.Acc.
2. Dr. Eko Ruddy Cahyadi, S.Hut., M.M.



@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.



Judul Skripsi : Pengaruh *Environmental Concern*, Iklan di Media Sosial dan
Theory of Planned Behavior (TPB) Model terhadap Niat Beli
Pembalut Kain

Nama : Najwah Adinda Alfiah
NIM : H2401211030

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Rindang Matoati, S.E., M.Sc.

Diketahui oleh

Ketua Departemen Manajemen:
Dr. Eko Ruddy Cahyadi, S.Hut., M.M.
NIP 197812132006041001

Tanggal Ujian:
29 Agustus 2025

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala nikmat, rahmat, dan karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian ini ialah Manajemen Pemasaran, dengan judul “Pengaruh *Environmental Concern*, Iklan di Media Sosial dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) Model terhadap Niat Beli Pembalut Kain”. Shalawat serta salam tak lupa penulis sampaikan kepada kekasih Allah SWT, panutan seluruh umat yaitu Baginda Nabi Muhammad SAW. manusia termulia yang cintanya kepada umatnya melebihi cinta yang ada didunia ini. Proses pengerjaan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan bantuan berbagai pihak, sehingga penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dosen pembimbing Ibu Rindang Matoati, S.E., M.Sc. yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pembimbing akademik, moderator seminar, dan penguji luar komisi pembimbing.
2. Dua orang paling berjasa dalam hidup penulis, ayah dan umi. Ayah penulis yang merupakan cinta pertama dan ibu penulis sebagai pintu surga dan panutan penulis. Terima kasih atas kepercayaan, doa, motivasi, semangat, nasihat, dan dukungan atas segala keputusan yang diberikan kepada penulis hingga saat ini. Semoga ayah dan umi panjang umur, sehat selalu, dan dilancarkan rezekinya.
3. Kepada kakak penulis satu-satunya, terima kasih atas doa, usaha, dan dukungan yang diberikan kepada penulis, semoga sukses selalu kak.
4. Kepada teman penulis Apriyanti, Judith, Rizka, Bibi, dan Roro yang selalu kebersamai penulis selama perkuliahan. Terima kasih atas segala langkah yang sudah dilalui bersama sampai saat ini, semoga hubungan pertemanan ini terus berlanjut hingga tua nanti.
5. Ucapan terima kasih penulis juga sampaikan kepada rekan-rekan serta seluruh responden yang membantu dalam penyusunan penelitian ini, semoga sehat selalu.
6. Terakhir, penulis berterima kasih kepada gadis yang selama ini berjuang tanpa henti yang memiliki impian besar. Terima kasih kepada peneliti skripsi yaitu Najwah Adinda Alfiah. Anak ke dua dari dua bersaudara yang menjadi harapan orang tua dan banyak orang. Penulis hanya ingin menyampaikan bahwa ekspektasi banyak orang kepada Najwah jangan dijadikan sebagai sebuah cekikan/tekanan, namun jadikanlah eksptasi tersebut sebagai pelukan yang selalu menemani Najwah dalam setiap langkah yang diambil. Walau terkadang harapan tidak sesuai dengan apa yang semesta berikan, tetaplah belajar menerima dan mensyukuri apapun yang didapatkan. Jangan lelah untuk terus berusaha dan menjadi diri sendiri. Semoga Allah selalu memperkuat langkah kecil yang diambil, dikelilingi orang baik dan hebat, serta mimpimu satu persatu akan terwujud. Aamiin.

Bogor, Agustus 2025

Najwah Adinda Alfiah

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	x
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat	4
1.5 Ruang Lingkup	5
II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Theory of Planned Behavior (TPB)	6
2.2 <i>Environmental Concern</i>	7
2.3 Iklan di Media Sosial	7
2.4 Niat Beli	8
2.5 Penelitian Terdahulu	9
2.6 Hipotesis	11
III METODE	14
3.1 Kerangka Pemikiran	14
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	15
3.3 Jenis dan Sumber Data	15
3.4 Metode Penarikan Sampel	16
3.5 Metode Pengolahan dan Analisis Data	17
3.6 Variabel Operasional	21
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	25
4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner	25
4.2 Karakteristik Responden	25
4.3 Analisis Deskriptif	27
4.4 Pengaruh <i>Environmental Concern</i> , Iklan Di Media Sosial dan TPB Model Terhadap Niat Beli Pembalut Kain	33
4.5 Faktor Pendorong dan Penghambat Niat Beli Pembalut Kain	40
4.6 Implikasi Manajerial	41
V SIMPULAN DAN SARAN	44
5.1 Simpulan	44
5.2 Saran	44
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN	50
RIWAYAT HIDUP	59



DAFTAR TABEL

1	Perbandingan pembalut sekali pakai dan pembalut kain	3
2	Penelitian terdahulu	9
3	Proporsi jumlah responden setiap wilayah	16
4	Bobot nilai skala <i>likert</i>	18
5	Bobot nilai skala <i>likert</i>	19
6	Variabel operasional	21
7	Karakteristik responden	25
8	Hasil analisis deskriptif variabel <i>Environmental Concern</i>	27
9	Hasil analisis deskriptif variabel Iklan di Media Sosial	28
10	Hasil analisis deskriptif variabel <i>Attitude</i>	29
11	Hasil analisis deskriptif variabel <i>Subjective Norm</i>	30
12	Hasil analisis deskriptif variabel <i>Perceived Behavioral Control</i>	31
13	Hasil analisis deskriptif variabel Niat Beli	32
14	<i>Loading factor</i>	34
15	Nilai AVE	35
16	Nilai <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	35
17	Nilai <i>cross loading</i>	36
18	Nilai <i>cronbach's alpha</i> dan <i>composite reliability</i>	37
19	Nilai <i>R-Square</i>	38
20	Nilai <i>path coefficients</i>	39
21	Faktor pendorong dan penghambat niat beli pembalut kain	40

DAFTAR GAMBAR

1	Konsumsi mikroplastik terbesar di dunia	1
2	Lama waktu terurai sampah plastik di lingkungan	2
3	Model struktural	13
4	Kerangka Pemikiran	15
5	Hasil model operasional SEM-PLS	33
6	<i>Inner Model</i>	38
7	<i>Word cloud</i> faktor pendorong dan penghambat niat beli pembalut kain	41

DAFTAR LAMPIRAN

1	Lampiran 1 Kuesioner	51
2	Lampiran 2 Hasil uji validitas kuesioner SPSS	56
3	Lampiran 3 Hasil uji reliabilitas kuesioner SPSS	58