

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT BELI KOSMETIK ORGANIK PADA GENERASI Y DAN Z DI KOTA BOGOR

DIVA CINDHE HAPSARI



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

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 LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Beli Kosmetik Organik pada Generasi Y dan Z di Kota Bogor” 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 laporan akhir ini.

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

Bogor, November 2024

Diva Cindhe Hapsari
K1401201110



ABSTRAK

DIVA CINDHE HAPSARI. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Beli Kosmetik Organik pada Generasi Y dan Z di Kota Bogor. Dibimbing oleh POPONG NURHAYATI dan AGUSTINA WIDI PALUPININGRUM.

Dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan kosmetik dituntut harus meningkatkan daya saing tidak hanya dari segi *profit*, tetapi juga memperhatikan *people* dan *planet*. Produksi kosmetik organik menjadi salah satu langkah, namun penjualannya masih lebih rendah dibandingkan kosmetik non-organik karena kurangnya kesadaran merek. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen terhadap kosmetik organik, menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli, dan memberikan rekomendasi. Menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan *brand awareness*, penelitian melibatkan 110 perempuan dari Generasi Y dan Z di Kota Bogor yang dipilih dengan *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis dengan analisis deskriptif serta *Structural Equation Model-Partial Least Square* (SEM-PLS). Hasil menunjukkan bahwa sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, dan *brand awareness* berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli. Penelitian ini merekomendasikan produsen kosmetik organik fokus pada strategi pemasaran yang efektif meningkatkan kesadaran konsumen.

Kata kunci: *brand awareness*, kosmetik organik, minat beli, SEM-PLS, *theory of planned behavior*

ABSTRACT

DIVA CINDHE HAPSARI. Factors Influencing Purchase Intention of Organic Cosmetics for Generation Y and Z in Bogor City. Supervised by POPONG NURHAYATI and AGUSTINA WIDI PALUPININGRUM.

In the face of increasingly fierce business competition, cosmetic companies are required to improve competitiveness not only in terms of profit, but also pay attention to people and planet. The production of organic cosmetics is one of the steps, but sales are still lower than non-organic cosmetics due to lack of brand awareness. This study aims to identify consumer characteristics of organic cosmetics, analyze factors that influence purchase intention, and provide recommendations. Using Theory of Planned Behavior (TPB) and brand awareness, the study involved 110 women from Generation Y and Z in Bogor City who were selected by purposive sampling. Data was collected through questionnaires and analyzed with descriptive analysis and Structural Equation Model-Partial Least Square (SEM-PLS). The results show that attitude, subjective norms, perceived behavioral control, and brand awareness have a significant positive effect on purchase intention. This study recommends that organic cosmetics manufacturers focus on marketing strategies that effectively increase consumer awareness.

Keywords: brand awareness, organic cosmetics, purchase intention, SEM-PLS, theory of planned behavior



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 2024¹
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.

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT BELI KOSMETIK ORGANIK PADA GENERASI Y DAN Z DI KOTA BOGOR

DIVA CINDHE HAPSARI

Skripsi
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**



@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.

Tim penguji pada Ujian Skripsi:

1. Dr. Asep Taryana, S.T.P., M.M.
2. Sendy Watazawwadu’Ilmi, S.E., M.M.



Judul Laporan : Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Beli Kosmetik Organik
pada Generasi Y dan Z di Kota Bogor

Nama : Diva Cindhe Hapsari
NIM : K1401201110

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Dr. Ir. Popong Nurhayati., M.M.

Pembimbing 2:
Agustina Widi Palupiningrum., S.E., M.M.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.
NIP. 197711262008122001



Tanggal Ujian:
30 Oktober 2024

Tanggal Lulus: 19 November 2024

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan proses penelitian hingga menyusun skripsi ini. Skripsi ini memiliki judul “Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Beli Kosmetik Organik pada Generasi Y dan Z di Kota Bogor”.

Ucapan Terima kasih peneliti berikan sebesar-besarnya kepada para pihak berikut:

1. Dr. Ir. Popong Nurhayati, M.M. dan Agustina Widi Palupiningrum, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, kritikan, masukan dan semangat sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Dosen seminar dan penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan skripsi ini.
3. Dosen dan tenaga kependidikan Sekolah Bisnis IPB yang telah mendidik dan membimbing peneliti selama proses perkuliahan.
4. Orang tua peneliti Bapak Jungkung Dwi Raharjo dan Ibu Sri Utami yang telah memberikan dukungan berupa moral, finansial, dan segala bentuk dukungan lain yang diberikan untuk keberhasilan penelitian skripsi ini.
5. Nenek peneliti, Nenek Suyati dan Simbah Warndiyah yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dan dukungan yang tiada hentinya.
6. Saudara kandung peneliti, Wikan Setya Raharjanti dan Kienandrya Setya Raharjanti yang telah memberikan semangat dan motivasi untuk peneliti.
7. Alfian Septianto Nugroho, S.Hut yang selalu memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
8. Teman-teman seperjuangan Thania, Shafa, Nafa, Alya, Shabrina, Ismi, Ampy, Dwila, Farah, Elai, dan Siska yang telah memberikan semangat, dukungan, hal positif dan kebersamaan selama masa perkuliahan.
9. Teman sekaligus keluarga baru yang penulis temui ketika pelaksanaan KKN di Desa Sumbertempur, Kabupaten Malang, yaitu Amelia, Arina, Aryo, Fajar, dan Alfian atas motivasi yang diberikan kepada penulis
10. Sahabat sedari kecil peneliti Farrasari Lintang Sahlaharani dan Dina Rahadianingrum yang selalu memberi motivasi, semangat dan kebahagiaan selama masa perkuliahan.
11. Teman-teman sekolah bisnis 57 yang telah kebersamaan selama 4 tahun masa perkuliahan.

Peneliti berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak yang membutuhkan. Terima kasih.

Bogor, November 2024

Diva Cindhe Hapsari



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	ix
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	7
1.4 Manfaat	7
1.5 Ruang Lingkup	7
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Kosmetik Organik (<i>Green Cosmetics</i>)	8
2.2 Perilaku Konsumen	10
2.3 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	10
2.4 <i>Brand Awareness</i>	11
2.5 Minat beli (<i>Purchase Intention</i>)	12
2.6 Penelitian Terdahulu	12
2.7 Kerangka Pemikiran	14
III METODE	17
3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian	17
3.2 Jenis, Sumber Data, dan Metode Pengumpulan Data	17
3.3 Teknik Pengambilan Sampel	17
3.4 Skala Penelitian dan Pengukuran	18
3.5 Metode Pengolahan dan Analisis Data	18
3.6 Variabel Operasional	21
3.7 Model Penelitian	24
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	25
4.1 Karakteristik Responden	25
4.2 Analisis SEM-PLS	34
4.3 Rekomendasi Hasil	42
V SIMPULAN DAN SARAN	47
5.1 Simpulan	47
5.2 Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN	55
RIWAYAT HIDUP	62

DAFTAR TABEL

1	Rata-rata penjualan merek kosmetik di <i>e-commerce</i>	5
2	Jenis kandungan dalam kosmetik	9
3	Perbedaan kosmetik natural dan organik	9
4	Penelitian terdahulu	12
5	Hasil uji validitas instrumen penelitian	18
6	Hasil uji reliabilitas instrumen penelitian	19
7	Uji model SEM-PLS	20
8	Variabel operasional eksogen	21
9	Variabel operasional endogen	23
10	Karakteristik umum dan pembelian kosmetik responden	25
11	Perilaku responden tentang kosmetik organik	29
12	Nilai <i>average variance extracted</i> (AVE)	36
13	Nilai <i>cross loading</i>	36
14	Nilai <i>cronbach's alpha</i> dan <i>reliability</i>	37
15	Nilai R-Square	38
16	Nilai <i>path coefficients</i>	38
17	Rekomendasi hasil	42

DAFTAR GAMBAR

1	Tingkat pendapatan produk perawatan diri dan kecantikan di Indonesia	1
2	Nilai penjualan per bulan perusahaan kosmetik	3
3	Persentase alasan konsumen tidak membeli produk berkelanjutan	6
4	<i>Theory of planned behavior</i>	10
5	Kerangka pemikiran operasional	16
6	Model awal penelitian	24
7	Jenis produk kosmetik rias	28
8	Jenis produk kosmetik perawatan	28
9	Tempat pembelian kosmetik	29
10	Merek kosmetik	31
11	Hal yang disukai dari kosmetik organik	32
12	Hal yang tidak disukai dari kosmetik organik	33
13	Preferensi kosmetik rias organik	33
14	Preferensi kosmetik perawatan organik	34
15	Model <i>loading factor</i> awal	35
16	<i>Outer model</i> akhir	35

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner Penelitian	56
---	----------------------	----

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 mengumunkan 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.