

ANALISIS *GREEN PURCHASE INTENTION* PADA KOSMETIK ORGANIK DENGAN PENDEKATAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR*

EKA WULANDARI



**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
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

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

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.

Perpustakaan IPB University

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Analisis *Green Purchase Intention* pada Kosmetik Organik dengan Pendekatan *Theory of Planned Behavior*” 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, Juli 2024

Eka Wulandari
H2401201020



ABSTRAK

EKA WULANDARI. Analisis *Green Purchase Intention* pada Kosmetik Organik dengan Pendekatan *Theory of Planned Behavior*. Dibimbing oleh HARDIANA WIDYASTUTI.

Persaingan bisnis semakin tinggi membuat perusahaan harus meningkatkan daya saing dari kompetitor dimana tidak fokus ke *profit* tetapi juga *planet* dan *people* contohnya dengan produksi *green product*. Tingginya pertumbuhan dan pendapatan industri kosmetik per tahun serta semakin banyaknya merek kosmetik organik yang beredar sehingga penting untuk mengetahui faktor dominan dari *Theory of Planned Behavior* yang mempengaruhi *green purchase intention* serta pengaruh *attitude*, *subjective norm* dan *perceived behavior control* terhadap *green purchase intention*. Metode penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 200 orang Jabodetabek berusia minimal 18 tahun, serta menggunakan kosmetik organik. Adapun analisis data penelitian ini adalah deskriptif dan SEM PLS menggunakan aplikasi Smartpls 3.0 dan Excel. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa *attitude*, *subjective norm* dan *perceived behavior control* berpengaruh positif signifikan terhadap *green purchase intention* dan *subjective norm* merupakan faktor dominan yang mempengaruhi *green purchase intention*.

Kata kunci: kosmetik organik, minat pembelian hijau, *theory of planned behavior*

ABSTRACT

EKA WULANDARI. Analysis of Green Purchase Intention in Organic Cosmetics using the Theory of Planned Behavior Approach. Supervised by HARDIANA WIDYASTUTI.

Business competition is increasingly high that companies must increase their competitiveness from competitors by implementing green products. The high growth and income of the cosmetics industry per year and the increasing number of organic cosmetic brands in circulation make it important to focus on profit but also the planet and people, for example by producing green products. The high growth and income of the cosmetics industry per year and the increasing number of organic cosmetic brands in circulation make it important to know the dominant factors from the Theory of Planned Behavior that influence green purchase intention and the influence of attitude, subjective norms and perceived behavior control on green purchase intention. This research method was descriptive quantitative with data collection used a questionnaire distributed to 200 Jabodetabek people aged at least 18 years, and who used organic cosmetics. The data analysis used SEM PLS and descriptive used the Smartpls 3.0 and Excel applications. The results obtained show that attitude, subjective norms and perceived behavior control had a significant positive effect on green purchase intention and subjective norm was dominant factor influenced green purchase intention.

Keywords: cosmetic organic, green purchase intention, 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 apa pun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2024
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 *GREEN PURCHASE INTENTION* PADA KOSMETIK ORGANIK DENGAN PENDEKATAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR*

EKA WULANDARI

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

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

- 1 Dr. Ir. Jono M. Munandar., M.Sc.
- 2 Dr. rer.pol. Heti Mulyati, S.T.P., M.T.



IPB University
— Bogor Indonesia —

- 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 : Analisis *Green Purchase Intention* pada Kosmetik Organik
dengan Pendekatan *Theory of Planned Behavior*

Nama : Eka Wulandari
NIM : H2401201020

@Hak cipta milik IPB University

Disetujui oleh

Pembimbing :
Hardiana Widyastuti, S.Hut., M.M.



Diketahui oleh

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



Tanggal Ujian:
9 Juli 2024

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan April 2024 sampai bulan Juni 2024 ini ialah Manajemen Pemasaran, dengan judul “Analisis *Green Purchase Intention* pada Kosmetik Organik dengan Pendekatan *Theory of Planned Behavior*”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada dosen pembimbing, Ibu Hardiana Widyastuti, S.Hut., M.M. dan dosen penguji yaitu Bapak Dr. Ir. Jono M. Munandar, M.Sc. dan Ibu Dr. rer.pol. Heti Mulyati, S.T.P., M.T. yang telah membimbing dan banyak memberi saran untuk perbaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada bagian akademik Departemen Manajemen dan seluruh dosen Manajemen IPB yang telah mengajarkan materi dengan baik kepada peneliti di terkait Manajemen. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada bapak, ibu, kakak, dan seluruh keluarga yang telah memberikan doa, dukungan baik material dan non-material, serta sahabat dan teman-teman yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya kepada penulis dari awal sampai akhir penulisan skripsi ini.

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

Bogor, Juli 2024

Eka Wulandari



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	i
DAFTAR GAMBAR	i
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan	5
1.4 Manfaat	6
1.5 Ruang Lingkup	6
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 <i>Theory of Planned Behavior</i>	7
2.2 <i>Green Marketing</i>	8
2.3 <i>Green Purchase Intention</i>	9
2.4 Kosmetik Organik	10
2.5 Penelitian Terdahulu	12
2.6 Hipotesis Penelitian	15
III METODE	17
3.1 Kerangka Pemikiran	17
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	18
3.3 Jenis dan Sumber Data	18
3.4 Metode Penarikan Sampel	18
3.5 Metode Pengolahan dan Analisis Data	19
3.6 <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	20
3.7 Variabel Operasional	21
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	24
4.1 Karakteristik Responden	24
4.2 Karakteristik Perilaku Responden	27
4.3 Analisis Deskriptif	27
4.4 Analisis SEM-PLS	29
4.5 Pengujian Hipotesis	37
4.6 Implikasi Manajerial	37
V SIMPULAN DAN SARAN	42
5.1 Simpulan	42
5.2 Saran	42
DAFTAR PUSTAKA	44
RIWAYAT HIDUP	49



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	Rata-rata penjualan merek kosmetik per bulan	3
2	Jenis kandungan dalam kosmetik	11
3	Perbedaan kosmetik organik dan natural	11
4	Penelitian terdahulu	12
5	Rentang skala analisis deskriptif	20
6	Kriteria penilaian model dalam SEM-PLS	20
7	Variabel operasional	21
8	Karakteristik responden	24
9	Karakteristik perilaku responden	25
10	Kategori sebaran jawaban responden	28
11	Indikator penelitian	29
12	Hasil <i>loading factor</i>	31
13	<i>Average variance extracted</i>	33
14	Hasil uji <i>discriminant validity</i>	33
15	Hasil uji <i>composite reliability</i>	34
16	<i>R-square</i>	34
17	<i>Path coefficient</i>	35
18	Matriks <i>green marketing mix</i>	39

DAFTAR GAMBAR

1	Tingkat pendapatan produk	2
2	Nilai penjualan per bulan perusahaan kosmetik	3
3	Kerangka hipotesis model penelitian	16
4	Kerangka pemikiran	17
5	<i>Radar chart</i>	28
6	Model penelitian	31
7	<i>Bootstrapping</i>	35