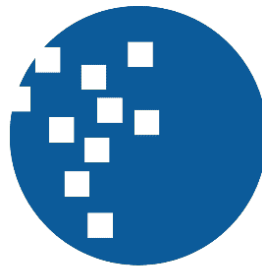


***PENGARUH ENVIRONMENTAL CONCERN, ATTITUDE, SUBJECTIVE
NORMS, PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL, AVAILABILITY OF
GREEN SKINCARE PRODUCT, INTENTION TO PURCHASE GREEN
SKINCARE PRODUCT TERHADAP PURCHASE OF GREEN SKINCARE
PRODUCT PADA THE BODY SHOP***



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

SITI SUKMAWATI

0000041274

PROGRAM STUDI BISNIS

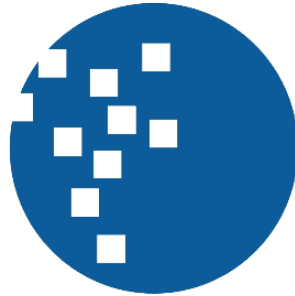
MANAJEMEN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2023

***PENGARUH ENVIRONMENTAL CONCERN, ATTITUDE, SUBJECTIVE
NORMS, PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL, AVAILABILITY OF
GREEN SKINCARE PRODUCT, INTENTION TO PURCHASE GREEN
SKINCARE PRODUCT TERHADAP PURCHASE OF GREEN SKINCARE
PRODUCT PADA THE BODY SHOP***



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat

untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Siti Sukmawati

00000041274

PROGRAM STUDI BISNIS

MANAJEMEN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2023

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Siti Sukmawati

Nomor Induk Mahasiswa : 00000041274

Program studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

Pengaruh Environmental Concern, Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control, Availability of green skincare product, dan Intention to purchase green skincare product terhadap Purchase Intention green skincare product pada The Body Shop

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 15 Juni 2023



Siti Sukmawati

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

“Pengaruh *Environmental Concern, Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control, Availability of green skincare product, dan Intention to purchase green skincare product* terhadap *Purchase Intention green skincare product* pada The Body Shop”

Oleh

Nama : Siti Sukmawati

NIM : 00000041274

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan
Sidang Ujian Universitas Multimedia Nusantara
Tangerang, Juni 2023

Pembimbing



Helena Dewi, S.E., M.S.M
0310098303

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamanisngsih S.E., M.S.M
0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

Pengaruh *Environmental Concern, Attitude toward green skincare product, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control, Availability of green skincare product* dan *Intention to purchase green skincare product* terhadap *Purchase Intention green skincare product* pada The Body Shop

Oleh

Nama : Siti Sukmawati
NIM : 00000041274
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Selasa, 27 Juni 2023
Pukul 13.00 s.d 15.00 dan dinyatakan
LULUS

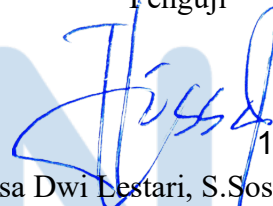
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Purnamaningsih, S.E., M.S.M
0323047801

Penguji



Elissa Dwi Destari, S.Sos., M.S.M
0306088501

12-07-2023

Pembimbing



Helena Dewi, S.E., M.S.M

0310098303
Ketua Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M
0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK

KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Sukmawati
NIM : 00000041274
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : *~~Tesis/Skripsi/Tugas Akhir~~ (*coret salah satu)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul. Pengaruh *Environmental Concern, Attitude toward green skincare product, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control, Availability of green skincare product*, dan *Intention to purchase green skincare product* terhadap *Purchase Intention green skincare product* pada The Body Shop. Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, Juni 2023
Yang Menyatakan



(Siti Sukmawati)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT karena atas izin dan rahmat-Nya, peneliti berhasil untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan baik dan tepat waktu. Peneliti menggunakan judul “Pengaruh *Environmental Concern, Attitude toward green skincare product, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control, Availability of green skincare product*, dan *Intention to purchase green skincare product* terhadap *Purchase Intention green skincare product* pada The Body Shop.”. Tugas akhir skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memenuhi gelar S1 Manajemen di Universitas Multimedia Nusantara. Dengan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak sebagai berikut :

1. Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, karunia dan rahmat – Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Dr. Ninok Leksono, M.A, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
3. Dr. Florentina Kurniasari T., S. Sos, selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
5. Ibu Helena Dewi S.E., M.S.M sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
6. Orang tua dan keluarga peneliti yang selalu memberikan dukungan kepada peneliti, Terimakasih yang sangat mendalam atas segala motivasi, nasihat, semangat, serta senantiasa menuturkan doa-doa baik yang tiada henti untuk kemudahan dan kelancaran selama proses perkuliahan berlangsung.
7. Responden The Body Shop yang telah bersedia untuk meluangkan waktunya dan membantu peneliti dalam pengisian kuesioner.
8. Teruntuk teman – teman Manajemen 2019. Teman seperjuangan dalam menyelesaikan Pendidikan S1. Suka duka telah kami lewati Bersama dalam

proses perkuliahan. Saling membantu dan memberi, terimakasih atas kebersamaannya.

9. *Last but not least*, teruntuk diri saya sendiri. Terimakasih kepada diri saya sendiri yang sudah mampu berjuang sejauh ini hingga sampai di titik akhir dalam masa perkuliahan. Terimakasih pada jiwa dan raga yang masih tetap kuat menghadapi segala tantangan dan ujian yang datang menghampiri.

Peneliti mengucapkan rasa terimakasih kepada seluruh pihak yang terlibat pada saat dilakukannya penyusunan skripsi ini, penulis juga menyadari bahwa pada penyusunan laporan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna oleh karena itu penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam menyusun laporan ini baik itu dari penyusunan maupun pelafalan, penulis juga mengharapkan suatu kritik dan saran yang bersifat membangun sehingga suatu saat penulis dapat menghasilkan karya yang lebih baik dimasa yang akan datang nanti.

Tangerang, 15 Juni 2023



Siti Sukmawati

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PENGARUH *ENVIRONMENTAL CONCERN, ATTITUDE, SUBJECTIVE NORMS, PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL, AVAILABILITY OF GREEN SKINCARE PRODUCT, INTENTION TO PURCHASE GREEN SKINCARE PRODUCT* TERHADAP *PURCHASE OF GREEN SKINCARE PRODUCT* PADA THE BODY SHOP

(Siti Sukmawati)

ABSTRAK

Saat ini salah satu Isu permasalahan limbah plastik yang tinggi di Indonesia menjadi perhatian yang serius dalam konteks kepedulian lingkungan. Perusahaan kosmetik The Body Shop telah mengambil langkah-langkah untuk mengurangi dampak negatifnya melalui produk perawatan kulit hijau, adopsi produk tersebut oleh konsumen masih menjadi tantangan. Namun, terdapat beberapa faktor penghalang yang mungkin mempengaruhi adopsi produk perawatan kulit hijau The Body Shop terkait isu permasalahan limbah plastik di Indonesia. Faktor-faktor tersebut meliputi keterbatasan pengetahuan konsumen mengenai isu limbah plastik, ketersediaan alternatif yang ramah lingkungan, serta faktor harga dan kenyamanan penggunaan, Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif serta non-probability sampling dengan menggunakan data dari 170 responden yang kemudian diolah menggunakan SmartPLS versi 3. Temuan dari penelitian ini *environmental concern, attitude, subjective norm, perceived behavioral control, availability of green skincare product, intention to purchase green skincare product* memiliki pengaruh positif pada *purchase of green skincare product* The Body Shop.

Kata Kunci: The Body Shop, *Green Skincare*, Limbah Plastik, *Purchase Intention*

PENGARUH *ENVIRONMENTAL CONCERN, ATTITUDE, SUBJECTIVE NORMS, PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL, AVAILABILITY OF GREEN SKINCARE PRODUCT, INTENTION TO PURCHASE GREEN SKINCARE PRODUCT* TERHADAP *PURCHASE OF GREEN SKINCARE PRODUCT* PADA THE BODY SHOP

(Siti Sukmawati)

ABSTRACT

Currently, one of the issues of high plastic waste in Indonesia is a serious concern in the context of environmental concern. Cosmetic company The Body Shop has taken steps to reduce its negative impact through green skin care products, consumer adoption of these products is still a challenge. However, there are several barrier factors that may influence the adoption of The Body Shop green skin care products regarding the issue of plastic waste in Indonesia. These factors include limited consumer knowledge regarding the issue of plastic waste, availability of environmentally friendly alternatives, as well as price and convenience factors. The method used in this research is quantitative descriptive and non-probability sampling using data from 170 respondents which are then processed using SmartPLS version 3. Findings from this study environmental concern, attitude, subjective norm, perceived behavioral control, availability of green skincare product, intention to purchase green skincare product have a positive influence on the purchase of green skincare product The Body Shop.

Keywords: The Body Shop, Green Skincare, Plastic Waste, Purchase Intention

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	I
HALAMAN PERSETUJUAN.....	II
HALAMAN PENGESAHAN.....	III
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	IV
KATA PENGANTAR.....	V
ABSTRAK	VII
ABSTRACT (English)	VIII
Daftar Isi	IX
Daftar Gambar	XIII
Daftar Tabel.....	XIV
DAFTAR LAMPIRAN	XV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Batasan Penelitian	11
1.6 Sistematika Penulisan	11
BAB II	13
LANDASAN TEORI.....	13
2.1 Tinjauan Teori.....	13
2.1.1 <i>Theory of Planned Behaviour</i>	13
2.1.2. <i>Environmental Concern</i>	14
2.1.3. <i>Attitude towards Green Skincare Products</i>	15
2.1.4. <i>Subjective Norms</i>	16
2.1.5. <i>Perceived Behavioural Control</i>	16
2.1.6. <i>Availability of Green Skincare Products</i>	17

2.1.7. <i>Intention and Purchase of Green Skincare Products</i>	18
2.1.8 <i>Purchase of green skincare product</i>	18
2.2 Model Penelitian	19
2.3 Hipotesis	20
2.3.1 Pengaruh <i>Environmental concern terhadap purchase intention</i>	20
2.3.2 Pengaruh <i>Attitude towards green skincare products terhadap purchase intention</i>	20
2.3.3 Pengaruh <i>Subjective norms terhadap purchase intention</i>	21
2.3.4 Pengaruh <i>Perceived behavioural control terhadap purchase intention</i>	21
2.3.5 Pengaruh <i>Availability of green skincare products terhadap purchase intention</i>	22
2.3.6 Pengaruh <i>Intention to purchase green skincare products terhadap purchase intention</i>	22
2.3.7 <i>Mediating the Effect of Intention to Purchase Green Skincare Products</i>	23
2.3 Tabel Penelitian Terdahulu	23
BAB III.....	31
METODE PENELITIAN	31
3.1 Gambaran Objek Penelitian.....	31
3.1.1 The Body Shop.....	31
3.1.2 Produk The Body Shop.....	34
3.2 Desain Penelitian	34
3.3 <i>Research Data</i>	37
3.4 Ruang Lingkup	38
3.4.1 Target Populasi.....	39
3.4.2 <i>Sampling Frame</i>	40
3.4.3 <i>Sampling Technique</i>	40
3.4.4 <i>Sample Size</i>	42
3.5 Prosedur penelitian.....	43
3.5.1 Periode Penelitian.....	43
3.5.2 Pengumpulan Data	43
3.6 Identifikasi Variabel Penelitian.....	44

3.6.1 Variabel Eksogen.....	44
3.6.2 Variabel Endogen	44
3.6.3 Variabel Teramati	45
3.7 Oprasionalisasi Variabel.....	45
3.8 Teknik Analisis Data	51
3.8.1 Uji Data <i>Pre-Test</i>	51
3.8.2 Metode Faktor Analisis.....	52
3.8.2.1 Uji Validitas <i>Pre-Test</i>	52
3.8.3 Analisis Data Penelitian	54
3.8.4 Identifikasi Variabel Penelitian.....	57
BAB IV	64
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	64
4.1 Karakteristik Responden	64
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender	64
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	65
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	66
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	66
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Budget per Bulan</i>	67
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Skincare</i> yang sedang digunakan saat ini	68
4.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan yang mengetahui <i>green skincare</i> The Body Shop.....	69
4.1.8 Karakteristik Responden Berdasarkan yang menggunakan <i>skincare</i> The Body Shop.....	70
4.2 Analisis Statistik	71
4.2.1 Analisis Deskriptif	71
4.2.2 Uji Instrumen <i>Pre-Test</i>	84
4.3 Uji Instrumen <i>Main-Test</i>	91
4.3.1 Uji Measurement Model	91
4.3.2 Hasil Uji <i>Inner Model</i> (Structural Model).....	96
4.3.3. <i>Q2 (Predictive Relevance)</i>	98
4.4 Pembahasan	107

4.4.1 Hasil Uji <i>Environmental Concern</i> Berpengaruh Terhadap <i>Purchase Intention</i>	107
4.4.2 Hasil Uji <i>Attitude</i> Berpengaruh Terhadap <i>Purchase Intention</i>	108
4.4.3 Hasil Uji <i>Subjective Norm</i> Berpengaruh Terhadap <i>Purchase Intention</i>	109
4.4.4 Hasil Uji <i>Perceived Behavioral Control</i> Berpengaruh Terhadap <i>Purchase Intention</i>	110
4.4.5 Hasil Uji <i>Availability of green skincare product</i> Berpengaruh Terhadap <i>Purchase Intention</i>	111
4.4.6 Hasil Uji <i>Intention to green skincare product</i> Berpengaruh Terhadap <i>Purchase of green skincare product</i>	111
4.5 Implikasi Manajerial.....	112
4.5.1 Upaya dalam menguatkan <i>Environmental Concern</i> untuk peningkatan <i>Purchase Intention</i>	112
4.5.2 Upaya dalam menguatkan <i>Attitude</i> untuk peningkatan <i>Purchase Intention</i>	113
4.5.3 Upaya dalam menguatkan <i>Subjective Norm</i> untuk peningkatan <i>Purchase Intention</i>	113
4.5.4 Upaya dalam menguatkan <i>Perceived Behavioral Control</i> untuk peningkatan <i>Purchase Intention</i>	114
4.5.6 Upaya dalam menguatkan <i>Intention to green skincare product</i> untuk peningkatan <i>Purchase of green skincare product</i>	115
BAB V.....	116
SIMPULAN DAN SARAN	116
5.1 Kesimpulan	116
5.2 Saran.....	118
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	118
5.2.1 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	119
DAFTAR PUSTAKA	120

Daftar Gambar

Gambar 1. 1 Indonesia Peringkat Kelima Penyumbang Limbah ke Laut	1
Gambar 1. 2 Plastik urutan kedua terbanyak setelah limbah organik.....	3
Gambar 1. 3 Logo The Body Shop	5
Gambar 1. 4 The Body Shop produk paling populer di Indonesia.....	7
Gambar 2. 1 Model Penelitian	19
Gambar 3. 1 Logo The Body Shop	33
Gambar 3. 2 Produk The Body Shop	34
Gambar 3. 3 Desain Penelitian.....	35
Gambar 3. 4 Sampling Design Process.....	38
Gambar 3. 5 Sampliing Technique	40
Gambar 3. 6 Prosedur Analisis PLS-SEM.....	56
Gambar 4. 1 Data Gender Responden	64
Gambar 4. 2 Data Usia Responden.....	65
Gambar 4. 3 Data Domisili Responden	66
Gambar 4. 4 Data Pekerjaan Responden.....	67
Gambar 4. 5 Data Budget per Bulan Responden Membeli Skincare	68
Gambar 4. 6 Data Skincare yang sedang digunakan saat ini.....	69
Gambar 4. 7 Data yang mengetahui green skincare The Body Shop.....	70
Gambar 4. 8 Data yang pernah menggunakan produk skincare The Body Shop	70
Gambar 4. 9 Hasil Uji Measurement Model.....	91

Daftar Tabel

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3. 1 Tabel Oprasionalisasi Variabel	45
Tabel 3. 2 Syarat Uji Pre-Test.....	53
Tabel 4. 1 Tabel Skala Interval Deskriptif.....	71
Tabel 4. 2 Penilaian Variabel Environmental Concern	72
Tabel 4. 3 Penilaian Variabel Attitude towards Green Skincare Products	74
Tabel 4. 4 Penilaian Variabel Subjective Norm.....	75
Tabel 4. 5 Penilaian Variabel Perceived Behavioural Control.....	77
Tabel 4. 6 Penilaian Variabel Availability of Green Skincare Products	79
Tabel 4. 7 Penilaian Variabel Intention and Purchase of Green Skincare Products	81
Tabel 4. 8 Penilaian Variabel Purchase of green skincare product	83
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Data Pre-Test.....	85
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas Data Pre-Test.....	89
Tabel 4. 11 Hasil Uji Convergent Validity Main-Test	92
Tabel 4. 12 Hasil Uji Discriminant Validity Main Test	94
Tabel 4. 13 Hasil Uji Fornell-Larcker Criterion	96
Tabel 4. 14 Hasil Uji T-Statistics.....	97
Tabel 4. 15 Hasil Uji R².....	97
Tabel 4. 16 Hasil Uji Q-Square (Q²)	98
Tabel 4. 17 Hasil Uji Path Coefficient	99
Tabel 4. 18 Hasil Uji Specific Indirect Effect.....	104

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Turnitin	122
Lampiran B Receipt Turnitin	123
Lampiran C Kuesioner Google Form	124
Lampiran D Bukti Formulir Konsultasi Bimbingan	134
Lampiran E Jurnal Utama	136
Lampiran F Hasil Olah Data Pre-Test	137
Lampiran G Hasil Olah Data SMART PLS	140
Lampiran H Curriculum Vitae	147

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA