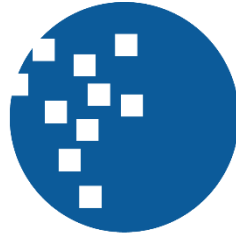


***Analisis Pengaruh *Environmental Consciousness, Eco-label, Attitude, Green Advertising* dan *Price* terhadap *Green Product Buying Decision* di Kalangan Millennial Jabodetabek: Telaah pada Green Product Emina Natura Pal***



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

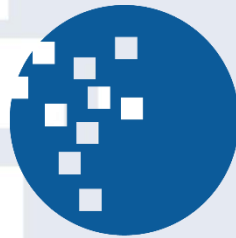
SKRIPSI

**Tiaranita Widjaja**

**00000037467**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2023**

***Analisis Pengaruh Environmental Consciousness, Eco-label, Attitude, Green Advertising dan Price terhadap Green Product Buying Decision di Kalangan Millennial Jabodetabek: Telaah pada Green Product Emina Natura Pal***



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen (S.M)

**Tiaranita Widjaja**

**00000037467**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2023**

i

Analisis Pengaruh Environmental Consciousness, Eco- Label, Attitude, Green Advertising, dan Price terhadap Green Product Buying Decision di Kalangan Millennial Jabodetabek: Telaah pada Green Product Emina Natura Pal, Tiaranita Widjaja, Universitas Multimedia Nusantara

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Tiaranita Widjaja

Nomor Induk Mahasiswa : 00000037467

Program studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

**Analisis Pengaruh *Environmental Consciousness, Eco-label, Attitude, Green Advertising* dan *Price* terhadap *Green Product Buying Decision* di Kalangan *Millennial Jabodetabek: Telaah pada Green Product Emina Natura Pal***

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, 20 Maret 2023



Tiaranita Widjaja

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

**Analisis Pengaruh *Environmental Consciousness, Eco-label, Attitude, Green Advertising* dan *Price* terhadap *Green Product Buying Decision* di Kalangan Millennial Jabodetabek: Telaah pada *Green Product Emina Natura Pal***

Oleh

Nama : Tiaranita Widjaja  
NIM : 00000037467  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada  
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 20 Maret 2023

Pembimbing 1



Angelina Theodora Ratna Primantina, S. E., M. M.  
NIDN/NIK: 0313097403

Pembimbing 2



Dr. Hendy Tannady, S.T., M.T., M.M., M.B.A.  
NIDN/NIK: 0318038702

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O

iii

Analisis Pengaruh Environmental Consciousness, Eco- Label, Attitude, Green Advertising, dan Price terhadap Green Product Buying Decision di Kalangan Millennial Jabodetabek: Telaah pada Green Product Emina Natura Pal, Tiaranita Widjaja, Universitas Multimedia Nusantara

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**Analisis Pengaruh *Environmental Consciousness, Eco-label, Attitude, Green Advertising* dan *Price* terhadap *Green Product Buying Decision* di Kalangan Millennial Jabodetabek: Telaah pada *Green Product Emina Natura Pal***

Oleh

Nama : Tiaranita Widjaja  
NIM : 00000037467  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Selasa, 28 Maret 2023  
Pukul 10.00 s.d 11.30 dan dinyatakan  
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par, M.M, CSCP  
NIDN/NIK: 0312087404

Pembimbing 1



Angelina Theodora Ratna Primantina, S. E., M. M.  
NIDN/NIK: 0313097403

Penguji



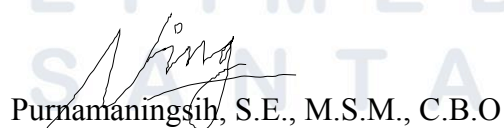
Cynthia Sari Dewi, S.E., M.Sc.  
NIDN/NIK: 0308118803

Pembimbing 2



Dr. Hendy Tannady, S.T., M.T., M.M., M.B.A.  
NIDN/NIK: 0318038702

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O

iv

Analisis Pengaruh Environmental Consciousness, Eco- Label, Attitude, Green Advertising, dan Price terhadap Green Product Buying Decision di Kalangan Millennial Jabodetabek: Telaah pada Green Product Emina Natura Pal, Tiaranita Widjaja, Universitas Multimedia Nusantara

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Tiaranita Widjaja  
NIM : 00000037467  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis  
JenisKarya : \*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.

**Analisis Pengaruh *Environmental Consciousness, Eco-label, Attitude, Green Advertising* dan *Price* terhadap *Green Product Buying Decision* di Kalangan Millennial Jabodetabek: Telaah pada *Green Product Emina Natura Pal***

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, 20 Maret 2023

Yang menyatakan,



Tiaranita Widjaja

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat yang diberikannya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh *Environmental Consciousness, Eco-label, Attitude, Green Advertising* dan *Price* terhadap *Green Product Buying Decision* di Kalangan Millennial Jabodetabek: Telaah pada *Green Product Emina Natura Pal*” ini dengan baik dan benar. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat yaitu untuk mencapai gelar Sarjana Jurusan Manajemen Pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan laporan ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas rahmat dan penyertaan-Nya penulis diberikan kemampuan dan kekuatan untuk menyusun skripsi dengan baik dari awal sampai akhir.
2. Orang Tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O, selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Angelina Theodora Ratna Primantina, S. E., M. M., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, solusi dan motivasi selama proses pengerjaan skripsi saya ini.
5. Dr. Hendy Tannady, S.T., M.T., M.M., M.B.A., sebagai Pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, solusi, dan motivasi selama proses pengerjaan skripsi saya ini.
6. Laurensius Kevin yang telah mendukung dan menemani saya serta bersedia menjadi tempat untuk berkeluh kesah dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik dari awal hingga akhir.



7. Serta teman-teman saya Dita, Amanda, Benedict, Jonathan, dan lainnya yang telah mendukung dan menemani agar saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Saya menyadari dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan kemampuan saya dalam menyusun skripsi ini. Oleh karena itu, saya memohon maaf dengan tulus serta sangat terbuka atas kritik dan masukan yang membangun guna meningkatkan kemampuan penulisan saya selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi, bagi kita semua.

Tangerang, 20 Maret 2023



Tiaranita Widjaja

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



**Analisis Pengaruh *Environmental Consciousness, Eco-label, Attitude, Green Advertising* dan *Price* terhadap *Green Product Buying Decision* di Kalangan Millennial Jabodetabek: Telaah pada *Green Product Emina Natura Pal***

(Tiaranita Widjaja)

**ABSTRAK**

Permasalahan lingkungan yang terjadi dalam beberapa tahun terakhir menjadi masalah yang cukup serius. Konsumen generasi milenial dilaporkan lebih peduli terhadap lingkungan, tapi pada kenyataannya di negara berkembang seperti Indonesia kesadaran masyarakat akan kesehatan dan lingkungan masih rendah terutama dalam penggunaan *green skincare product*. Hal ini menjadi sebuah peluang besar bagi produsen untuk berlomba-lomba mengeluarkan produk ramah lingkungan, salah satunya perusahaan Emina mengeluarkan produk “Emina Natura Pal”. Sehingga penelitian ini dilakukan dengan berfokus pada *Green Product Buying Decision* dari produk Emina Natura Pal.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif. Penelitian ini menggunakan 135 responden dengan metode pengukuran skala *likert 1-5*, kemudian pengolahan data menggunakan SPSS versi 25. Penelitian ini memiliki 5 variabel independent (*Environmental Consciousness, Eco-label, Attitude, Green Advertising* dan *Price*) dan memiliki 1 variabel dependent (*Green Product Buying Decision*).

Temuan dari hasil penelitian yang telah dilakukan adalah adanya pengaruh positif dari variabel *Eco-label* terhadap *Green Product Buying Decision*, kemudian *Attitude* terhadap *Green Product Buying Decision*, serta *Green Advertising* terhadap *Green Product Buying Decision*. Dalam penelitian ini juga di temukan terkait dengan pengaruh yang tidak positif yaitu dari variabel

*Environmental Consciousness terhadap Green Product Buying Decision dan Price terhadap Green Product Buying Decision.*

**Kata kunci:** *Environmental Consciousness, Eco-label, Attitude, Green Advertising, Price, Green Product Buying Decision.*



**Analisis Pengaruh *Environmental Consciousness, Eco-label, Attitude, Green Advertising* dan *Price* terhadap *Green Product Buying Decision* di Kalangan Millennial Jabodetabek: Telaah pada *Green Product Emina Natura Pal***

(Tiaranita Widjaja)

***ABSTRACT (English)***

*Environmental problems that have occurred in recent years have become quite a serious problem. Millennial generation consumers are reported to be more concerned about the environment, but in fact in developing countries like Indonesia public awareness of health and the environment is still low, especially in the use of green skincare products. This is a great opportunity for producers to compete in releasing environmentally friendly products, one of which is the Emina company which released the product "Emina Natura Pal". So this research was conducted by focusing on the Green Product Buying Decision from Emina Natura Pal's products.*

*The research method used is descriptive quantitative. This study used 135 respondents with the Likert scale measurement method 1-5, then data processing used SPSS version 25. This research has 5 independent variables (Environmental Consciousness, Eco-label, Attitude, Green Advertising and Price) and has 1 dependent variable (Green Product Buying Decision).*

*The findings from the research that has been done is that there is a positive influence from the Eco-label variable on Green Product Buying Decisions, then Attitudes on Green Product Buying Decisions, and Green Advertising on Green Product Buying Decisions. In this study it was also found to be associated with a non-positive effect, namely the Environmental Consciousness variable on Green Product Buying Decisions and Price on Green Product Buying Decisions.*

***Keywords:*** *Environmental Consciousness, Eco-label, Attitude, Green Advertising, Price, Green Product Buying Decision.*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b><i>ABSTRACT (English)</i></b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang Penelitian</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian</b> .....	12
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	14
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	14
<b>1.5 Batasan Penelitian</b> .....	15
<b>1.6 Sistematika Penulisan</b> .....	15
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	17
<b>2.1 Tinjauan Teori</b> .....	17
<b>2.1.1 Sustainability Theory (3P)</b> .....	17
<b>2.1.2 Environmental Consciousness</b> .....	18
<b>2.1.3 Eco-label</b> .....	20
<b>2.1.4 Attitude</b> .....	21
<b>2.1.5 Green Advertising</b> .....	23
<b>2.1.6 Price</b> .....	24
<b>2.1.7 Buying decision</b> .....	26
<b>2.2 Model Penelitian</b> .....	28
<b>2.3 Hipotesis</b> .....	28

2.3.1	Pengaruh <i>Environmental Consciousness</i> terhadap <i>Green Product Buying Decision</i> .....	28
2.3.2	Pengaruh <i>Eco-label</i> terhadap <i>Green Product Buying Decision</i> .....	29
2.3.3	Pengaruh <i>Attitude</i> terhadap <i>Green Product Buying Decision</i> .....	30
2.3.4	Pengaruh <i>Green advertising</i> terhadap <i>Green Product Buying Decision</i> .....	31
2.3.5	Pengaruh <i>Price</i> terhadap <i>Green Product Buying Decision</i> .....	32
2.4	Penelitian Terdahulu.....	33
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....		39
3.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	39
3.2	Desain Penelitian .....	46
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian .....	49
3.3.2	Sampel Frame .....	52
3.3.3	Sample Technique.....	52
3.3.4	Sample Size.....	54
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.4.1	Periode Penelitian.....	55
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data .....	55
3.4.3	Proses Penelitian.....	56
3.5	Identifikasi Variabel Penelitian .....	57
3.5.1	Variabel Independen.....	57
3.5.2	Variabel Dependen.....	57
3.5.3	Variabel Teramati.....	58
3.6	Oprasional Variabel.....	58
3.7	Teknik Analisis Data .....	68
3.7.1	Uji Instrumen .....	68
3.7.2	Uji Validitas .....	68
3.7.4.1	Uji Multikolinieritas.....	70
3.7.4.2	Uji Heteroskedastisitas.....	71
3.7.4.3	Uji Normalitas.....	72
3.8	Uji Hipotesis.....	73
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....		76

4.1	Deskripsi Hasil Penelitian .....	76
4.2	Karakteristik Responden .....	77
4.2.1	Profil Responden Berdasarkan Usia .....	77
4.2.2	Profil Responden Berdasarkan Gender .....	78
4.2.3	Profil Responden Berdasarkan Domisili .....	79
4.2.4	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	80
4.2.5	Profil Responden Berdasarkan Anggaran untuk membeli kosmetik dalam sebulan .....	81
4.3	Analisis Deskriptif .....	82
4.3.1	Environmental Consciousness .....	83
4.3.2	Eco Label .....	84
4.3.3	Attitude .....	86
4.3.4	Green Advertising .....	87
4.3.5	Price .....	88
4.3.6	Green Product Buying Decision .....	90
4.4	Uji Instrumen .....	91
4.4.1	Uji Pre- Test .....	91
4.4.2	Uji Main- Test .....	97
4.5	Uji Asumsi Klasik .....	103
4.5.1	Uji Multikolinieritas .....	103
4.5.2	Uji Heteroskedasitas .....	104
4.5.3	Uji Normalitas .....	105
4.6	Uji Model .....	107
4.6.1	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	107
4.7	Uji Hipotesis .....	108
4.7.6	Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F) .....	108
4.7.7	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik T) .....	108
4.7.8	Uji Regresi Linear Berganda .....	111
4.8	Pembahasan .....	112
4.8.1	Pengaruh <i>Environmental Consciousness</i> terhadap <i>Green Product Buying Decision</i> .....	112

4.8.2	Pengaruh Eco Label terhadap Green Product Buying Decision	114
4.8.3	Pengaruh Attitude terhadap Green Product Buying Decision	115
4.8.4	Pengaruh Green Advertising terhadap Green Product Buying Decision	116
4.8.5	Pengaruh Price terhadap Green Product Buying Decision.....	117
4.9	Implikasi Manajerial.....	118
4.9.1	Upaya dalam Meningkatkan pengaruh <i>Eco Label</i> terhadap <i>Green Product Buying Decision</i> .....	118
4.9.2	Upaya dalam Meningkatkan pengaruh <i>Attitude</i> terhadap <i>Green Product Buying Decision</i> .....	119
4.9.3	Upaya dalam Meningkatkan pengaruh <i>Green Advertising</i> terhadap <i>Green Product Buying Decision</i> .....	124
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b> .....		127
5.1	<b>Simpulan</b> .....	127
5.2	<b>Saran</b> .....	128
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan .....	128
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya .....	130
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		131
<b>LAMPIRAN</b> .....		138





## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>33</b>
<b>Tabel 3. 1 Tabel Oprasional.....</b>	<b>59</b>
<b>Tabel 3. 2 Tabel Ukuran Validitas dan Nilai diisyaratkan .....</b>	<b>69</b>
<b>Tabel 4. 1 Tabel Interval Kelas.....</b>	<b>82</b>
<b>Tabel 4. 2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Environmental Consciousness .....</b>	<b>83</b>
<b>Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Eco Label.....</b>	<b>84</b>
<b>Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Attitude.....</b>	<b>86</b>
<b>Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Green Advertising ...</b>	<b>87</b>
<b>Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Price .....</b>	<b>88</b>
<b>Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Green Product Buying Decision .....</b>	<b>90</b>
<b>Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Pre-Test.....</b>	<b>91</b>
<b>Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas Pre-Test.....</b>	<b>94</b>
<b>Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Main-Test.....</b>	<b>97</b>
<b>Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas Main-Test.....</b>	<b>100</b>
<b>Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinieritas .....</b>	<b>103</b>
<b>Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedasitas.....</b>	<b>104</b>
<b>Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas Menggunakan Kolmogorov-Smirnov dengan Pendekatan Monte Carlo .....</b>	<b>106</b>
<b>Tabel 4. 15 Hasil Uji Model.....</b>	<b>107</b>
<b>Tabel 4. 16 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F) .....</b>	<b>108</b>
<b>Tabel 4. 17 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik T) .....</b>	<b>109</b>
<b>Tabel 4. 18 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....</b>	<b>111</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1 Diagram Responden Mengenai Pengertian dari Penggunaan Green Product</b> .....	2
<b>Gambar 1. 2 Perkembangan Skincare di Indonesia</b> .....	5
<b>Gambar 1. 3 Diagram Pengetahuan Responden Mengenai Logo yang Terkait dengan Produk Kosmetik Ramah Lingkungan</b> .....	6
<b>Gambar 1. 4 Diagram Responden Mengenai Green Product yang Pernah digunakan</b> .....	7
<b>Gambar 1. 5 Salah Satu Produk Emina</b> .....	8
<b>Gambar 1. 6 Produk Emina Natura Pal</b> .....	9
<b>Gambar 1. 7 Data Penjualan Produk Emina Tahun 2021</b> .....	10
<b>Gambar 1. 8 Data Penjualan Produk Emina Tahun 2022</b> .....	11
<b>Gambar 2. 1 Model Penelitian</b> .....	28
<b>Gambar 3. 1 Logo Emina</b> .....	39
<b>Gambar 3. 2 Makeup Emina</b> .....	40
<b>Gambar 3. 3 Skincare Emina</b> .....	41
<b>Gambar 3. 4 Produk Emina Natura Pal</b> .....	43
<b>Gambar 3. 5 Kandungan Emina Natura Pal</b> .....	44
<b>Gambar 3. 6 Emina Empties Collection</b> .....	44
<b>Gambar 3. 7 Research Design</b> .....	46
<b>Gambar 3. 8 Alur Sampling Design Process</b> .....	50
<b>Gambar 3. 9 Sampling Techniques</b> .....	52
<b>Gambar 3. 10 Variabel Independen</b> .....	57
<b>Gambar 3. 11 Variabel Dependen</b> .....	58
<b>Gambar 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Umur</b> .....	77
<b>Gambar 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Gender</b> .....	78
<b>Gambar 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Domisili</b> .....	79
<b>Gambar 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan</b> .....	80
<b>Gambar 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Anggaran</b> .....	81
<b>Gambar 4. 6 Hasil Uji Normalitas menggunakan grafik Histogram</b> .....	105
<b>Gambar 4. 7 Hasil Uji Normalitas menggunakan Normal P-Plot of Regression Standardized Residual</b> .....	105
<b>Gambar 4. 8 Contoh Ilustrasi Campaign Emina Natura Pal</b> .....	119
<b>Gambar 4. 9 Contoh Ilustrasi Digital Signage Emina Natura Pal Bagian Review</b> .....	121

<b>Gambar 4. 10 Contoh Ilustrasi Digital Signage Bagian Sustainability dan Isi Produk Emina Natura Pal.....</b>	<b>122</b>
<b>Gambar 4. 11 Contoh Ilustrasi Digital Signage Video Produk Emina Natura Pal.....</b>	<b>123</b>
<b>Gambar 4. 12 Contoh Ilustrasi Memasang Green Advertising di Aplikasi TikTok.....</b>	<b>125</b>
<b>Gambar 4. 13 Contoh Ilustrasi Emina memasang Green Advertising di Aplikasi Youtube.....</b>	<b>126</b>



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1 Logo Terkait dengan Produk Kosmetik Ramah Lingkungan</b> .....	138
<b>Lampiran 2 Jurnal Utama</b> .....	139
<b>Lampiran 3 Hasil Pre-Test</b> .....	157
<b>Lampiran 4 Kuesioner</b> .....	168
<b>Lampiran 5 Hasil kuesioner</b> .....	174
<b>Lampiran 6 Hasil Turnitin</b> .....	176

