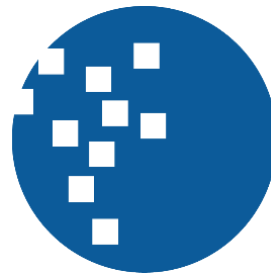


**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PURCHASE INTENTION PADA *PERSONAL CARE*
PRODUCT (PCP) ORGANIK: TELAAH
PADA TISOO**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

LIVIA RATNA HERIYANTO

00000053735

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PURCHASE INTENTION PADA *PERSONAL CARE*
PRODUCT (PCP) ORGANIK: TELAAH
PADA TISOO**



SKRIPSI

LIVIA RATNA HERIYANTO

00000053735

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Livia Ratna Heriyanto

Nomor Induk Mahasiswa : 00000053735

Program Studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

"ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *PURCHASE INTENTION* PADA *PERSONAL CARE PRODUCT* (PCP) ORGANIK: TELAAH PADA TISOO"

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis 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 maupun dalam penulisan laporan karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, 24 November 2024


METERAI
TEMPEL
C:EBDAMX067859577
Livia Ratna Heriyanto

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul:

"ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *PURCHASE INTENTION* PADA *PERSONAL CARE PRODUCT* (PCP) ORGANIK: TELAHAH PADA TISOO"

oleh:

Nama : Livia Ratna Heriyanto
Nomor Induk Mahasiswa : 00000053735
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 26 November 2024

Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih. S.E., M.S.M, CBO

NIDN: 0323047801



Purnamaningsih. S.E., M.S.M, CBO

NIDN: 0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**"ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *PURCHASE INTENTION* PADA *PERSONAL CARE PRODUCT* (PCP) ORGANIK:
TELAAH PADA TISOO"**

oleh:

Nama : Livia Ratna Heriyanto
Nomor Induk Mahasiswa : 00000053735
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

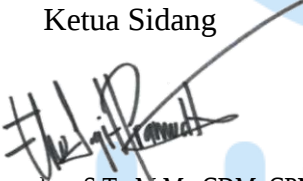
Telah diujikan pada hari Senin, 9 Desember 2024
Pukul 14.30 s/d 16.00 WIB dan dinyatakan

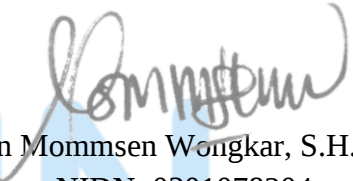
LULUS

dengan susunan penguji sebagai berikut:

Ketua Sidang

Penguji


Eko Sigit Pramudito, S.T., M.M., CDM, CPM (Asia)
NIDN: 0302057904


Kanon Mommsen Wongkar, S.H., M.H.
NIDN: 0301078204

Pembimbing


Purnamaningsih, S.E., M.S.M, CBO
NIDN: 0323047801

Ketua Program Studi Manajemen


Purnamaningsih, S.E., M.S.M, CBO
NIDN: 0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Livia Ratna Heriyanto
NIM : 00000053735
Program Studi : Manajemen
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PURCHASE INTENTION PADA *PERSONAL CARE*
PRODUCT (PCP) ORGANIK: TELAAH PADA TISOO

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (pilih salah satu):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara.
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 24 November 2024



Livia Ratna Heriyanto

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmatNya, saya berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *PURCHASE INTENTION* PADA *PERSONAL CARE PRODUCT (PCP)* ORGANIK: TELAAH PADA *TISOO*”** untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar S1 Jurusan Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara;
2. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., MBA, selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara;
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara;
4. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M, selaku Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini;
5. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini;
6. Teman-teman terdekat saya, Aditya Tri Utomo, Aldi Dominggus, Giovanni Cahyadi Ho, Padma Paramitha, Renih, Ryu Ronald Moriensen, Victoria Salim, dan Yosia Budi Raharjo yang memberikan motivasi dan waktu mereka dalam proses penyusunan tugas akhir ini;
7. Sahabat saya, Juventa Arillia Putri yang selalu mendengarkan keluh kesah saya dan memberikan dukungan untuk terus melangkah maju;
8. Idola saya, Byun Baekhyun, EXO, dan ATEEZ yang selalu menyemangati selama proses pengerjaan tugas akhir melalui karya-karyanya;

9. Diri saya sendiri atas semangat dan rasa pantang menyerah untuk menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu.

Semoga penyelesaian tugas akhir ini bermanfaat bagi para pembaca, serta menjadi salah satu faktor yang membantu penulis lulus tepat waktu, menjadi pembelajaran bagi penulis untuk terus berusaha yang terbaik dalam menyelesaikan tanggung jawab, dan dapat membanggakan orang tua.

Tangerang, 24 November 2024



Livia Ratna Heriyanto



ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *PURCHASE INTENTION* PADA *PERSONAL CARE* *PRODUCT (PCP) ORGANIK: TELAAH* PADA TISOO

Livia Ratna Heriyanto

ABSTRAK

Perubahan iklim telah menjadi isu global yang dipicu oleh deforestasi dan pengelolaan sampah yang buruk. Aktivitas ini meningkatkan emisi gas rumah kaca (GHG), seperti karbondioksida (CO₂) dan metana (CH₄) yang memperburuk pemanasan global dan mengancam kehidupan manusia. Industri *personal care product* (PCP) yang menghasilkan produk kebersihan seperti tisu, berkontribusi pada deforestasi karena kebutuhan untuk bahan bakunya, serta menghasilkan limbah dari aktivitas rumah tangga. Menanggapi tuntutan global untuk produksi berkelanjutan, Tisoo hadir sebagai *brand* lokal dengan menggunakan bambu sebagai bahan baku alami. Namun, tantangan yang harus dihadapi Tisoo adalah untuk melakukan edukasi pasar karena rendahnya kesadaran masyarakat Indonesia terhadap produk ramah lingkungan. Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat beli konsumen terhadap produk ramah lingkungan, khususnya Tisoo, dengan menggunakan model *extended Theory of Planned Behavior* (TPB) dari Liu *et al.* (2020). Berdasarkan survei terhadap 137 responden yang dianalisis menggunakan SmartPLS 4, hasilnya menunjukkan bahwa *attitude towards green products*, *moral norms*, dan *perceived behavior control* memiliki pengaruh signifikan terhadap *purchase intention*. Sebaliknya, *subjective norms* tidak menunjukkan pengaruh signifikan. Temuan ini diharapkan memberi wawasan baru bagi pengembangan PCP organik di Indonesia.

Kata Kunci: deforestasi, sampah, emisi gas rumah kaca (GHG), *personal care products* (PCP) organik, *Theory of Planned Behavior* (TPB), *purchase intention*, Tisoo

ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING ORGANIC PERSONAL CARE PRODUCTS (PCP) PURCHASE INTENTION: A REVIEW OF TISOO

Livia Ratna Heriyanto

ABSTRACT

Climate change has become a global issue triggered by deforestation and poor waste management. These activities increase greenhouse gas (GHG) emissions, such as carbondioxide (CO₂) and methane (CH₄), which exacerbate global warming and threaten human life. The personal care product (PCP) industry, which produces hygiene products like tissues, contributes to deforestation due to its raw material requirements and generates household waste. In response to the global demand for sustainable production, Tisoo emerges as a local brand utilizing bamboo as a natural raw material. However, Tisoo faces the challenge of educating the market, as environmental awareness among Indonesian consumers remains low. This study aims to analyze the factors influencing consumer purchase intention toward environmentally friendly products, particularly Tisoo, using the extended Theory of Planned Behavior (TPB) model by Liu et al. (2020). Based on a survey of 137 respondents analyzed using SmartPLS 4, the results show that attitude towards green products, moral norms, and perceived behavior control significantly influence purchase intention. Conversely, subjective norms have no significant effect. These findings are expected to provide new insights for developing organic PCP in Indonesia.

Keywords: *deforestation, waste, green house gas emission (GHG), organic personal care products (PCP), Theory of Planned Behavior (TPB), purchase intention, Tisoo*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	i
KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian	17
1.3 Tujuan Penelitian	20
1.4 Manfaat Penelitian	20
1.4.1 Manfaat Akademis	20
1.4.2 Manfaat Praktis	21
1.5 Batasan Penelitian	21
1.6 Sistematika Penulisan	22
BAB II	24
LANDASAN TEORI	24
2.1 Tinjauan Teori	24
2.1.1 <i>Attitude towards Green Products</i>	24
2.1.2 <i>Moral Norms</i>	25
2.1.3 <i>Subjective Norms</i>	26

2.1.4	<i>Perceived Behavior Control</i>	27
2.1.5	<i>Purchase Intention</i>	28
2.2	Model Penelitian	29
2.3	Hipotesis	30
2.3.1	Pengaruh <i>Attitude towards Green Products</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> 30	
2.3.2	Pengaruh <i>Moral Norms</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	31
2.3.3	Pengaruh <i>Subjective Norms</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	32
2.3.4	Pengaruh <i>Perceived Behavior Control</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> ...	33
2.3.5	Pengaruh <i>Moral Norms</i> terhadap <i>Attitude towards Green Products</i>	34
2.3.6	Pengaruh <i>Subjective Norms</i> terhadap <i>Moral Norms</i>	35
2.4	Penelitian Terdahulu	36
BAB III		38
METODOLOGI PENELITIAN		38
3.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	38
3.2	Desain Penelitian	43
3.2.1	<i>Exploratory Research Design</i>	44
3.2.2	<i>Conclusive Research Design</i>	45
3.3	Prosedur Penelitian	47
3.4	Populasi dan Sampel Penelitian	48
3.4.1	Populasi	49
3.4.2	Sampel.....	51
3.5	Teknik Pengumpulan Data	56
3.6	Identifikasi Variabel Penelitian	57
3.6.1	Variabel Eksogen	57
3.6.2	Variabel Endogen.....	58
3.6.3	Variabel Teramati.....	58
3.7	Operasionalisasi Variabel	58
3.8	Teknik Analisis Data	61

3.8.1	Analisis Data <i>Pre-Test</i> dengan <i>Factor Analysis</i>	61
3.8.2	Analisis Data <i>Main-Test</i> dengan <i>Partial Least Squares Structural Equation Model</i> (PLS- SEM).....	64
3.9	Teknik Penskalaan	69
BAB IV		72
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		72
4.1	Deskripsi Hasil Penelitian.....	72
4.2	Profil Responden <i>Main-Test</i>	72
4.2.1	Profil Responden berdasarkan Gender.....	72
4.2.2	Profil Responden berdasarkan Usia	73
4.2.3	Profil Responden berdasarkan Profesi	74
4.2.4	Profil Responden berdasarkan Domisili.....	75
4.2.5	Profil Responden berdasarkan Anggaran Membeli Tisu Setiap Bulan.	75
4.2.6	Profil Responden berdasarkan Jumlah Pembelian Tisu Setiap Bulan ..	76
4.2.7	Profil Responden berdasarkan Aktivitas Ramah Lingkungan yang Pernah Dilakukan	77
4.2.8	Profil Responden berdasarkan Produk Ramah Lingkungan yang Pernah Digunakan	78
4.2.9	Profil Responden berdasarkan Pengetahuan mengenai Tisu Ramah Lingkungan	79
4.2.10	Profil Responden berdasarkan Produk Tisu yang Pernah Dibeli	80
4.3	Analisis Deskriptif	81
4.3.1	<i>Attitude towards Green Products</i>	82
4.3.2	<i>Moral Norms</i>	84
4.3.3	<i>Subjective Norms</i>	85
4.3.4	<i>Perceived Behavior Control</i>	86
4.3.5	<i>Purchase Intention</i>	87

4.4	Uji Instrumen <i>Pre-Test</i>.....	88
4.4.1	Uji Validitas	88
4.4.2	Uji Reliabilitas	90
4.5	Uji Instrumen <i>Main-Test</i>.....	91
4.5.1	<i>Measurement Model (Outer Model)</i>	91
4.5.2	<i>Structural Model (Inner Model)</i>	94
4.6	Uji Hipotesis.....	97
4.7	Interpretasi Hasil Penelitian.....	100
4.8	Implikasi Manajerial.....	107
4.8.1	Upaya Meningkatkan <i>Attitude towards Green Products</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	108
4.8.2	Upaya Meningkatkan <i>Moral Norms</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	110
4.8.3	Upaya Meningkatkan <i>Perceived Behavior Control</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	114
4.8.4	Upaya Meningkatkan <i>Moral Norms</i> terhadap <i>Attitude towards Green Products</i>	116
4.8.5	Upaya Meningkatkan <i>Subjective Norms</i> terhadap <i>Moral Norms</i>	118
BAB V		120
PENUTUP		120
5.1	Simpulan.....	120
5.2	Saran.....	121
5.2.1	Saran bagi Perusahaan.....	121
5.2.2	Saran bagi Penelitian Selanjutnya.....	123
DAFTAR PUSTAKA		124
LAMPIRAN		134

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Data <i>GHG Emissions</i> secara Global berdasarkan Sektor-Sektor Ekonomi (2019)	2
Gambar 1. 2	Data Aktivitas Deforestasi dari Tahun 2002-2023.....	3
Gambar 1. 3	Data 4 Negara yang Kehilangan Hutan Terbanyak dari Tahun 2002-2020.....	4
Gambar 1. 4	Data Metode Pengelolaan Sampah secara Global (2024).....	6
Gambar 1. 5	Data Jenis <i>Municipal Solid Waste</i> (MSW) secara Global (2024).....	7
Gambar 1. 6	Data Prediksi Pertumbuhan Pasar PCP Organik secara Global dari Tahun 2023-2030	9
Gambar 1. 7	Penggunaan Karton untuk Kemasan Produk Tisu Wajah Tisoo.....	15
Gambar 1. 8	Penggunaan Kardus Daur Ulang dan <i>Plant-Based Inks</i> untuk <i>Packaging</i> Pengiriman Produk Tisoo.....	15
Gambar 1. 9	Data tentang <i>Awareness</i> Produk Tisu Tisoo (2024).....	16
Gambar 1. 10	Data tentang Pembelian Produk Tisu Tisoo (2024)	17
Gambar 2. 1	Model Penelitian	30
Gambar 3. 1	Logo Tisoo	38
Gambar 3. 2	Foto <i>Founder</i> Tisoo Stephannie Thian (26) saat Mempromosikan Tisoo di Acara Tokopedia Hijau, Tokopedia Tower (2022).....	39
Gambar 3. 3	Produk <i>Facial Tissue</i> dari TISOO.....	40
Gambar 3. 4	Produk <i>Toilet Paper</i> dari TISOO	40
Gambar 3. 5	Produk <i>Kitchen Paper</i> dari TISOO	40
Gambar 3. 6	Akun Instagram Tisoo @tisoo.id	43
Gambar 3. 7	Klasifikasi <i>Marketing Research Design</i>	44
Gambar 3. 8	<i>Sampling Design Process</i>	49
Gambar 3. 9	Klasifikasi <i>Sampling Technique</i>	52
Gambar 3. 10	<i>Flowchart</i> Model PLS-SEM	65

Gambar 4. 1	Profil Responden berdasarkan Gender	73
Gambar 4. 2	Profil Responden berdasarkan Usia	73
Gambar 4. 3	Profil Responden berdasarkan Profesi	74
Gambar 4. 4	Profil Responden berdasarkan Domisili.....	75
Gambar 4. 5	Profil Responden berdasarkan Anggaran Membeli Tisu Setiap Bulan	76
Gambar 4. 6	Profil Responden berdasarkan Jumlah Pembelian Tisu Setiap Bulan	77
Gambar 4. 7	Profil Responden berdasarkan Aktivitas Ramah Lingkungan yang Pernah Dilakukan	78
Gambar 4. 8	Profil Responden berdasarkan Produk Ramah Lingkungan yang Pernah Digunakan	79
Gambar 4. 9	Profil Responden berdasarkan Pengetahuan mengenai Tisu Ramah Lingkungan	80
Gambar 4. 10	Profil Responden berdasarkan Produk Tisu yang Pernah Dibeli	81
Gambar 4. 11	<i>Structural Model (Inner Model)</i> pada Model Penelitian.....	95
Gambar 4. 12	Hasil Uji Hipotesis dalam Model Penelitian.....	97
Gambar 4. 13	Ilustrasi Jerhemy Owen menjadi Pembicara di Acara <i>10th World Water Forum</i> di Bali (2024).....	110
Gambar 4. 14	Ilustrasi Contoh Konten Edukasi Tisoo dalam Bahasa Indonesia .	112
Gambar 4. 15	Ilustrasi Contoh <i>Booth Installation</i> Tisoo di <i>Mall</i>	113
Gambar 4. 16	Ilustrasi <i>Display</i> Produk Tisoo di <i>Farmers Market</i>	115
Gambar 4. 17	Ilustrasi Konten <i>Reward</i> Tisoo	116
Gambar 4. 18	Ilustrasi Penanaman Pohon Bakau oleh Tisoo dan Lindungi Hutan Foundation di Tambakrejo, Semarang (2023)	118
Gambar 4. 19	Ilustrasi Foto Pandawara Group ketika Mengedukasi Audiens mengenai Tisoo	119

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Daftar Merek Tisu Ramah Lingkungan di Indonesia.....	10
Tabel 2. 1	Daftar Penelitian Terdahulu	36
Tabel 4. 1	Kategori Kelas Interval	82
Tabel 4. 2	Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Attitude towards Green Products</i>	82
Tabel 4. 3	Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Moral Norms</i>	84
Tabel 4. 4	Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Subjective Norms</i>	85
Tabel 4. 5	Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Perceived Behavior Control</i>	86
Tabel 4. 6	Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Purchase Intention</i>	87
Tabel 4. 7	Hasil Uji Validitas Data <i>Pre-Test</i>	89
Tabel 4. 8	Hasil Uji Reliabilitas Data <i>Pre-Test</i>	90
Tabel 4. 9	Hasil Uji <i>Measurement Model (Outer Model)</i>	91
Tabel 4. 10	Data <i>Cross-Loading</i>	93
Tabel 4. 11	Data <i>Fornell Larcker's</i>	94
Tabel 4. 12	Hasil Uji <i>Structural Model (Inner Model)</i>	95

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Formulir Konsultasi Skripsi Prodi Manajemen.....	134
Lampiran 2. Hasil Olah Data <i>Pre-Test</i>	135
Lampiran 3. Hasil Olah Data <i>Main-Test</i>	140
Lampiran 4. Kuesioner	143
Lampiran 5. Hasil Pengecekan Turnitin	159
Lampiran 6. Jurnal Utama	174

