

Analisis Pengaruh *Environmental Concern, Environmental Knowledge, Attitude Towards Green Packaging, Green Marketing Awareness, Green Price Sensitivity* Terhadap *Purchase Intention* : Studi pada Sensatia Botanicals



Skripsi

Brigitta Rachel Dhea Aprillia

00000057194

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

Analisis Pengaruh *Environmental Concern, Environmental Knowledge, Attitude Towards Green Packaging, Green Marketing Awareness, Green Price Sensitivity* Terhadap *Purchase Intention*: Studi pada *Sensatia Botanicals*



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Brigitta Rachel Dhea Aprillia

00000057194

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Brigitta Rachel Dhea Aprillia

NIM : 00000057194

Program studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

Analisis Pengaruh Environmental Concern, Environmental Knowledge, Attitude Towards Green Packaging, Green Marketing Awareness, Green Price Sensitivity terhadap Purchase Intention : Studi pada Sensatia Botanicals.

Merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 12/Desember/2025



Brigitta Rachel Dhea Aprillia

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

Analisis Pengaruh Environmental Concern, Environmental Knowledge, Attitude Towards Green Packaging, Green Marketing Awareness, Green Price Sensitivity Terhadap Purchase Intention : Studi pada Sensatia Botanicals

Oleh

Nama : Brigitta Rachel Dhea Aprillia

NIM : 00000057194

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 1 Desember 2024

Pembimbing



Angelina Theodora Ratna P, S.E., M,M

NIDN : 0313097403

Ketua Program Studi Manajemen



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

NIDN : 0323047801

iii

Analisis Pengaruh Environmental, Brigitta Rachel Dhea Aprillia
, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

Analisis Pengaruh *Environmental Concern, Environmental Knowledge, Attitude Towards Green Packaging, Green Marketing Awareness, Green Price Sensitivity*
Terhadap *Purchase Intention* : Studi pada Sensatia Botanicals

Oleh

Nama : Brigitta Rachel Dhea Aprillia

NIM : 00000057194

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Rabu, 8 Januari 2025

Pukul 09.30 s.d 11.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

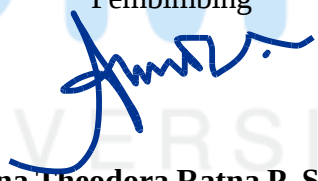
Ketua Sidang

Penguji


Dr. Amanda Setiorini, S.Psi., M.M., CIQaR
NIDN : :0305027607


Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc.
NIDN : 0320089001

Pembimbing


Angelina Theodora Ratna P, S.E., M.M
NIDN : 0313097403

Ketua Program Studi Manajemen


Purnamaningsih, S.E., M.S.M, C.B.O
NIDN : 0323047801

iv

Analisis Pengaruh Environmental, Brigitta Rachel Dhea Aprillia
, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Brigitta Rachel Dhea Aprillia

NIM : 00000057194

Program Studi : Manajemen

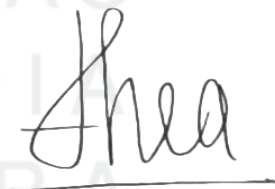
Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : Analisis Pengaruh *Environmental Concern, Environmental Knowledge, Attitude Towards Green Packaging, Green Marketing Awareness, Green Price Sensitivity* Terhadap *Purchase Intention* : Studi pada Sensatia Botanicals

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, 12 Januari 2025



(Brigitta Rachel Dhea Aprillia)

* 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 dan terima kasih saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatnya sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini berjudul : “Analisis Pengaruh *Environmental Concern, Environmental Knowledge, Attitude Towards Green Packaging, Green Marketing Awareness, Green Price Sensitivity* Terhadap *Purchase Intention* : Studi pada Sensatia Botanicals” disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara.

Saya menyadari bahwa tanpa dukungan dan arahan dari berbagai pihak, mulai dari masa perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan tulus saya mengucapkan terima kasih kepada :

Mengucapkan terima kasih

1. Bapak Dr. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A, selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Angelina Theodora Ratna P, S.E., M,M , sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Teman-teman penulis, yang telah membantu penulis serta memberikan semangat selama proses penyusunan tugas akhir ini.

Saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam proses penelitian ini. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna dan memiliki berbagai kekurangan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf atas segala kekeliruan yang mungkin terdapat dalam skripsi ini dan dengan senang hati menerima kritik serta saran konstruktif demi penyempurnaan karya ini. Saya juga menyampaikan apresiasi kepada para pembaca yang telah meluangkan waktu untuk membaca. Semoga skripsi ini dapat memberikan informasi dan wawasan yang bermanfaat.

Tangerang, 30 November 2024



(Brigitta Rachel Dhea Aprillia)



Analisis Pengaruh *Environmental Concern, Environmental Knowledge, Attitude Towards Green Packaging, Green Marketing Awareness, Green Price Sensitivity* Terhadap *Purchase Intention* : Studi pada Sensatia Botanicals

(Brigitta Rachel Dhea Aprillia)

ABSTRAK

Krisis lingkungan hidup merupakan tantangan global yang memerlukan perhatian serius, termasuk di Indonesia. Masalah utama seperti pengelolaan sampah plastik menjadi isu mendesak, mengingat Indonesia menghasilkan 72 juta ton sampah setiap tahun, dengan tingkat daur ulang yang rendah. Dalam konteks industri kosmetik, limbah plastik dan kemasan produk *skincare* turut berkontribusi terhadap permasalahan lingkungan. Sensatia Botanicals, sebagai pelopor produk *skincare* ramah lingkungan di Indonesia, menawarkan solusi melalui penerapan prinsip keberlanjutan dalam produk dan kemasannya. Rendahnya kesadaran konsumen terhadap Sensatia Botanicals menjadi tantangan utama yang perlu diatasi melalui edukasi dan strategi pemasaran yang lebih efektif. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif serta *non-probability sampling* dengan menggunakan data 187 responden Gen Z dan Millenials yang kemudian diolah dengan SMART-PLS 4 dengan menyebarkan kuesioner kepada generasi Z yang peduli terhadap keberlanjutan dan memiliki pengalaman menggunakan produk ramah lingkungan. Temuan dari penelitian ini adalah pengaruh variabel *environmental concern, environmental knowledge, attitude towards green packaging, green marketing awareness, green price sensitivity*, terhadap *purchase intention*

Kata kunci: *green product, Sensatia Botanicals, environmental concern, environmental knowledge, Attitude Towards Green Product, Green Marketing Awareness, green price sensitivity, Purchase Intention*

Analysis of the Effect of Environmental Concern, Environmental Knowledge, Attitude Towards Green Packaging, Green Marketing Awareness, Green Price Sensitivity on Purchase Intention: A Study on Sensatia Botanicals

(Brigitta Rachel Dhea Aprillia)

ABSTRACT (English)

The environmental crisis is a global challenge that requires serious attention, including in Indonesia. Key issues such as plastic waste management have become an urgent issue, considering that Indonesia produces 72 million tons of waste every year, with a low recycling rate. In the context of the cosmetic industry, plastic waste and skincare product packaging contribute to environmental problems. Sensatia Botanicals, as a pioneer of eco-friendly skincare products in Indonesia, offers a solution through the implementation of sustainability principles in its products and packaging. Low consumer awareness of Sensatia Botanicals is a major challenge that needs to be addressed through education and more effective marketing strategies. This research method uses a quantitative approach and non-probability sampling using data from 187 Gen Z and Millennials respondents who were then processed with SMART-PLS 4 by distributing questionnaires to generation Z who care about sustainability and have experience using environmentally friendly products. The findings of this study are the influence of environmental concern variables, environmental knowledge, attitude towards green packaging, green marketing awareness, green price sensitivity, on purchase intention.

Keywords: *green product, Sensatia Botanicals, environmental concern, environmental knowledge, Attitude Towards Green Product, Green Marketing Awareness, green price sensitivity, Purchase Intention.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT (English).....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
Gambar 1.1 Diagram Negara yang Paling Peduli Terhadap Masalah Lingkungan.....	2
Gambar 1.2 Pertumbuhan Nilai Pasar Kosmetik di Indonesia 2010-2023.....	4
Gambar 1.3 Sampah Plastik Kemasan Kosmetik di Laut.....	5
Gambar 1.4 Diagram Pengetahuan Responden Mengenai <i>Green Product</i>	6
Gambar 1.5 Diagram Pemahaman Responden terkait kegiatan <i>Green Marketing</i>	7
Gambar 1.6 Diagram Hambatan Terbesar Penerapan Produk Ramah Lingkungan di Asia Tenggara.....	7
Gambar 1.7 Diagram Ketertarikan Responden Dalam Membeli Produk Keberlanjutan.....	9
Gambar 1.8 Produk Sensatia Botanicals.....	11
Gambar 1.9 Program Daur Ulang Botol Kosong Sensatia Botanicals....	12
Gambar 1.10 Diagram Pengetahuan Responden terkait Produk Skincare Sensatia Botanicals.....	13
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian.....	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	19

1.4 Manfaat Penelitian	19
1.4.1 Manfaat Akademis	19
1.5 Batasan Penelitian	20
1.6 Sistematika Penulisan	20
BAB II LANDASAN TEORI.....	23
2.1 Tinjauan Teori.....	23
2.1.1 <i>Green Skincare Products</i>	23
2.1.2 <i>Theory of Planned Behavior</i>	23
Gambar 2.1 Theory of Planned Behavior	25
2.1.3 <i>Value Attitude Behavior (VAB) Model</i>	25
2.1.4 <i>Environmental Concern</i>	28
2.1.5 <i>Environmental Knowledge</i>	28
2.1.6 <i>Attitude Towards Green Packaging</i>	29
2.1.7 <i>Green Marketing Awareness</i>	30
2.1.8 <i>Price Sensitivity</i>	31
2.1.9 <i>Purchase Intention</i>	31
2.2 Model Penelitian.....	32
Gambar 2.2 Model Penelitian	33
2.3 Hipotesis.....	33
2.3.1 Pengaruh <i>Environmental Concern</i> terhadap <i>Environmental Knowledge</i>	33
2.3.2 Pengaruh <i>Environmental Knowledge</i> terhadap <i>Attitude towards Green Packaging</i>	34
2.3.3 Pengaruh <i>Green Marketing Awareness</i> terhadap <i>Attitude towards Green Packaging</i>	35
2.3.4 Pengaruh <i>Environmental Knowledge</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	36
2.3.5 Pengaruh <i>Green Price Sensitivity</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> ..	36
2.3.6 Pengaruh <i>Attitude towards Green Packaging</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	37
2.3.7 <i>Attitude towards Green Packaging</i> memediasi antara <i>Environmental Knowledge</i> dan <i>Purchase Intention</i>	38
2.3.8 <i>Attitude towards Green Packaging</i> memediasi antara <i>Green</i>	

<i>Marketing Awareness dan Purchase Intention</i>	39
2.3.9 <i>Environmental Knowledge dan Attitude towards Green Packaging</i> memediasi antara <i>Environmental Concern dan Purchase Intention</i>	39
2.4 Penelitian Terdahulu	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	45
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	45
Gambar 3.1 Logo Sensatia Botanicals.....	45
Gambar 3.2 Produk Sensatia Botanicals.....	46
Gambar 3.3 Instagram Sensatia Botanicals.....	47
Gambar 3.4 Facebook Sensatia Botanicals.....	48
Gambar 3.5 Website Sensatia Botanicals.....	48
3.2 Desain Penelitian	49
3.2.1 Jenis Penelitian	49
Gambar 3.6 Klasifikasi Desain Penelitian.....	49
3.2.2 Data Penelitian	52
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	53
3.3.1 Populasi	53
3.3.2 Sampel.....	53
Gambar 3.7 Proses Desain <i>Sampling</i>	54
Gambar 3.8 Klasifikasi <i>Sampling Technique</i>	56
3.4 Identifikasi Variabel Penelitian	60
3.4.1 Variabel Eksogen.....	60
3.4.2 Variabel Endogen.....	60
3.4.3 Variabel Mediasi	60
3.5 Operasionalisasi Variabel.....	61
Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi Variabel	67
3.6 Teknik Analisis Data.....	67
3.6.1 Analisis Data <i>Pretest</i>	67
3.6.2 Uji Validitas	67
Tabel 3.2 Uji Validitas PLS SEM	69
3.6.2.2 Uji Reliabilitas <i>Pretest</i>	69
3.6.3 Analisis Data Penelitian Menggunakan SEM.....	69

3.6.3.2 Tahapan Prosedur <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	70
3.6.3.3 <i>Measurement (Outer) Model</i>	71
Tabel 3.3 Kriteria Evaluasi <i>Measurement (Outer) Model</i>	72
3.6.3.4 <i>Measurement (Inner) Model</i>	73
Tabel 3.4 Tabel Parameter R square.....	74
Tabel 3.5 Tabel Parameter F square	74
3.7 Uji Hipotesis.....	75
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	77
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian	77
4.2 Karakteristik Responden <i>Main-Test</i>	77
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	77
Gambar 4.1 Data Responden Berdasarkan Usia.....	78
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
Gambar 4.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	79
4.3.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi.....	79
Gambar 4.3 Data Responden Berdasarkan Profesi	80
4.4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	80
Gambar 4.4 Data Responden Berdasarkan Domisili.....	80
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Merek <i>Green Skincare</i> yang Diketahui.....	81
Gambar 4.5 Data Responden Berdasarkan Merek <i>Green Skincare</i> yang Diketahui.....	81
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian <i>Skincare</i>	81
Gambar 4.6 Data Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian <i>Skincare</i>	82
4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Anggaran yang Dikeluarkan untuk Produk Perawatan Kulit dalam Sebulan.....	82
Gambar 4.7 Data Responden Berdasarkan Anggaran yang Dialokasikan untuk Produk Perawatan Kulit dalam Sebulan.....	83
4.2.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Media yang Digunakan Untuk Mendapatkan Informasi Mengenai Produk <i>Sensatia Botanicals</i>	83
Gambar 4.8 Data Responden Berdasarkan Media yang Digunakan untuk	

Mendapatkan Informasi Mengenai Produk Sensatia Botanicals	84
4.3 Analisis Deskriptif.....	84
Tabel 4.1 Kategori Interval Mean	85
Tabel 4.2 Penilaian Variabel <i>Environmental Concern</i>	85
Tabel 4.3 Penilaian Variabel <i>Environmental Knowledge</i>	87
Tabel 4.4 Penilaian Variabel <i>Attitude towards Green Packaging</i>	88
Tabel 4.5 Penilaian Variabel <i>Green Marketing Awareness</i>	90
Tabel 4.6 Penilaian Variabel <i>Green Price Sensitivity</i>	91
Tabel 4.7 Penilaian Variabel <i>Purchase Intention</i>	93
4.4 Uji Instrumen Pre-test	94
4.4.1 Uji Validitas Pre-test.....	95
Tabel 4.8 Uji Validitas Pre-test	95
4.5 Uji Reliabilitas <i>Pre-test</i>	96
Tabel 4.9 Tabel Uji Reabilitas <i>Pre-test</i>	96
4.6 Uji Instrumen <i>Main test</i>	96
4.6.1 Hasil Uji <i>Outer Model</i>	97
Gambar 4.9 Uji Measurement Model.....	97
4.6.1.1 Convergent Validity	98
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Outer Loading</i>	98
Tabel 4.11 Hasil Uji AVE	99
4.6.1.2 Discriminant Validity.....	99
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Cross-Loading</i>	99
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	100
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Internal Consistency Reliability</i>	101
4.7 Hasil Uji <i>Inner Model</i>	102
Gambar 4.10 Hasil Uji <i>Structural (Inner) Model PLS-SEM</i>	103
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>R-Square</i>	103
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Q2</i>	105
Tabel 4.17 Hasil <i>Indirect Effect</i>	106
4.7 Uji Hipotesis.....	107
4.8 Interpretasi Model	110

4.8.1 Pengaruh Variabel <i>Environmental Concern</i> terhadap <i>Environmental Knowledge</i>	110
4.8.2 Pengaruh Variabel <i>Environmental Knowledge</i> terhadap <i>Attitude Towards Green Packaging</i>	111
4.8.3 Pengaruh Variabel <i>Green Marketing Awareness</i> terhadap <i>Attitude Towards Green Packaging</i>	112
4.8.4 Pengaruh Variabel <i>Environmental Knowledge</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	112
4.8.5 Pengaruh Variabel <i>Green Price Sensitivity</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	113
4.8.6 Pengaruh Variabel <i>Attitude Towards Green Packaging</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	114
4.8.7 Pengaruh Variabel <i>Attitude Towards Green Packaging</i> sebagai Variabel Mediasi	115
4.9 Implikasi Manajerial	117
4.9.1 Upaya Dalam Memperkuat Efek <i>Environmental Concern</i> terhadap <i>Environmental Knowledge</i>	117
4.9.2 Upaya Dalam Memperkuat <i>Environmental Knowledge</i> terhadap <i>Attitude Towards Green Packaging</i>	119
Gambar 4.12 Green Packaging Challenge.....	119
4.10.2 Upaya Dalam Memperkuat <i>Green Marketing Awareness</i> terhadap <i>Attitude Towards Green Packaging</i>	120
4.9.4 Upaya Dalam Memperkuat <i>Environmental Knowledge</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	121
Gambar 4.13 Ilustrasi Webinar Sensatia Botanicals	122
4.8.5 Upaya Dalam Memperkuat Efek <i>Green Price Sensitivity</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	123
4.8.6 Upaya Dalam Memperkuat Efek <i>Attitude Towards Green Packaging</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	124
4.8.7 Upaya Dalam Memperkuat Efek <i>Attitude Towards Green Packaging</i> sebagai Mediator <i>Environmental Knowledge</i> dan <i>Purchase Intention</i> ...	125
Gambar 4.14 Ilustrasi terkait Workshop Sensatia Botanicals.....	125
Sumber : Diolah oleh penulis.....	125
4.8.8 Upaya Dalam Memperkuat Efek <i>Attitude Towards Green Packaging</i> sebagai Mediator <i>Green Marketing Awareness</i> dan <i>Purchase Intention</i>	126

4.8.9 Upaya Dalam Memperkuat Efek <i>Environmental Knowledge</i> dan <i>Attitude Towards Green Packaging</i> sebagai Mediator antara <i>Environmental Concern</i> dan <i>Purchase Intention</i>	127
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	128
5.1 Simpulan.....	128
5.2 Saran	131
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	131
5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya	133
DAFTAR PUSTAKA	135
LAMPIRAN	139
Lampiran A : Turn It In.....	139
Lampiran B : Receipt Turn It In.....	139
Lampiran C : Kuisioner Google Form.....	140
Lampiran D : Bukti Formulir Konsultasi Bimbingan	152
Lampiran F : Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Pre-Test</i>	154
Lampiran H : Jurnal Utama	162



DAFTAR TABEL

Tabel 3.3 Kriteria Evaluasi <i>Measurement (Outer) Model</i>	72
Tabel 3.4 Tabel Parameter R square.....	74
Tabel 3.5 Tabel Parameter F square	74
Tabel 4.2 Penilaian Variabel <i>Environmental Concern</i>	85
Tabel 4.3 Penilaian Variabel <i>Environmental Knowledge</i>	87
Tabel 4.4 Penilaian Variabel <i>Attitude towards Green Packaging</i>	88
Tabel 4.5 Penilaian Variabel <i>Green Marketing Awareness</i>	90
Tabel 4.6 Penilaian Variabel <i>Green Price Sensitivity</i>	91
Tabel 4.7 Penilaian Variabel <i>Purchase Intention</i>	93
Tabel 4.8 Uji Validitas Pre-test	95
Tabel 4.8 Uji Validitas Pre-test	96
Tabel 4.6 Hasil Uji Outer Loading	98
Tabel 4.7 Hasil Uji AVE	99
Tabel 4.8 Hasil Uji Cross-Loading	99
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	100
Tabel 4.10 Hasil Uji Internal Consistency Reliability	101
Tabel 4.11 Hasil Uji R-Square.....	103
Tabel 4.12 Hasil Uji Q2.....	105
Tabel 4.13 Hasil.....	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Negara yang Paling Peduli Terhadap Masalah Lingkungan.....	2
Gambar 1.2 Pertumbuhan Nilai Pasar Kosmetik di Indonesia 2010-2023	4
Gambar 1.3 Sampah Plastik Kemasan Kosmetik di Laut.....	5
Gambar 1.4 Diagram Pengetahuan Responden Mengenai <i>Green Product</i>	6
Gambar 1.5 Diagram Pemahaman Responden terkait kegiatan Green Marketing	7
Gambar 1.6 Diagram Hambatan Terbesar Penerapan Produk Ramah Lingkungan di Asia Tenggara.....	7
Gambar 1.7 Diagram Ketertarikan Responden Dalam Membeli Produk Keberlanjutan.....	9
Gambar 1.8 Produk Sensatia Botanicals.....	11
Gambar 1.9 Program Daur Ulang Botol Kosong Sensatia Botanicals	12
Gambar 1.10 Diagram Pengetahuan Responden terkait Produk Skincare Sensatia Botanicals.....	13
Gambar 2.1 Theory of Planned Behavior	25
Gambar 2.2 Model Penelitian	33
Gambar 3.1 Logo Sensatia Botanicals.....	45
Gambar 3.2 Produk Sensatia Botanicals.....	46
Gambar 3.3 Instagram Sensatia Botanicals.....	47
Gambar 3.4 Facebook Sensatia Botanicals	48
Gambar 3.5 Website Sensatia Botanicals.....	48
Gambar 3.6 Klasifikasi Desain Penelitian.....	49
Gambar 3.7 Proses Desain <i>Sampling</i>	54
Gambar 3.8 Klasifikasi <i>Sampling Technique</i>	56
Gambar 4.1 Data Responden Berdasarkan Usia.....	78
Gambar 4.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	79
Gambar 4.3 Data Responden Berdasarkan Profesi	80
Gambar 4.4 Data Responden Berdasarkan Domisili.....	80

Gambar 4.5 Data Responden Berdasarkan Merek <i>Green Skincare</i> yang Diketahui.....	81
Gambar 4.6 Data Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Skincare	82
Gambar 4.7 Data Responden Berdasarkan Anggaran yang Dialokasikan untuk Produk Perawatan Kulit dalam Sebulan	83
Gambar 4.8 Data Responden Berdasarkan Media yang Digunakan untuk Mendapatkan Informasi Mengenai Produk Sensatia Botanicals	84
Gambar 4.9 Uji Measurement Model.....	97
Gambar 4.10 Hasil Uji <i>Structural (Inner) Model</i> PLS-SEM.....	103
Gambar 4.12 Green Packaging Challenge.....	119
Gambar 4.13 Ilustrasi Webinar Sensatia Botanicals	122
Gambar 4.14 Ilustrasi terkait Workshop Sensatia Botanicals.....	125



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A : Turn It In.....	139
Lampiran B : Receipt Turn It In.....	139
Lampiran C : Kuis Google Form.....	140
Lampiran D : Bukti Formulir Konsultasi Bimbingan.....	152
Lampiran F : Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Pre-Test</i>.....	154
Lampiran H : Jurnal Utama.....	162

