

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
NIAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK KECANTIKAN
GARNIER *MICELLAR CLEANSING WATER* DENGAN
KEMASAN RAMAH LINGKUNGAN**



SKRIPSI

Kyoko Stefani Lim
00000069724

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

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
NIAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK KECANTIKAN
GARNIER *MICELLAR CLEANSING WATER* DENGAN
KEMASAN RAMAH LINGKUNGAN**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Kyoko Stefani Lim

00000069724

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Kyoko Stefani Lim

Nomor Induk Mahasiswa : 00000069724

Program Studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK KECANTIKAN GARNIER *MICELLAR CLEANSING WATER* DENGAN KEMASAN RAMAH LINGKUNGAN”

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, 10 Desember 2025



(Kyoko Stefani Lim)

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul:

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT BELI
KONSUMEN PADA PRODUK KECANTIKAN GARNIER *MICELLAR*
CLEANSING WATER DENGAN KEMASAN RAMAH LINGKUNGAN

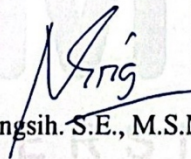
Oleh

Nama : Kyoko Stefani Lim
Nomor Induk Mahasiswa : 00000069724
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 10 Desember 2025

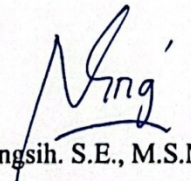
Pembimbing



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

NIDN: 0323047801

Ketua Program Studi Manajemen



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

NIDN: 0323047801

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Kyoko Stefani Lim
NIM : 00000069724
Program Studi : Manajemen
Judul Laporan : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI NIAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK
KECANTIKAN GARNIER *MICELLAR CLEANSING WATER DENGAN
KEMASAN RAMAH LINGKUNGAN*

Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan Tugas/Laporan/Project/Tugas Akhir*(pilih salah satu) sebagai berikut (beri tanda centang yang sesuai):

- ☒ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu dalam menghasilkan ide-ide utama saja
- ☒ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu menghasilkan teks pertama saja
- ☒ Menggunakan AI untuk menyempurnakan sintaksis dan tata bahasa untuk pengumpulan tugas
- ☐ Karena tidak diizinkan: Tidak menggunakan bantuan AI dengan cara apa pun dalam pembuatan tugas

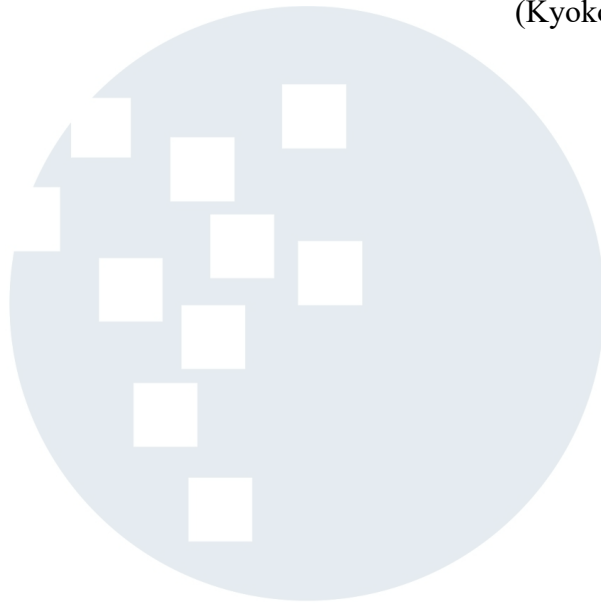
Saya juga menyatakan bahwa:

- (1) Menyerahkan secara lengkap dan jujur penggunaan perangkat AI yang diperlukan dalam tugas melalui Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial (AI)
- (2) Mengakui telah menggunakan bantuan AI dalam tugas saya baik dalam bentuk kata, paraphrase, penyertaan ide atau fakta penting yang disarankan oleh AI dan saya telah menyantumkan dalam sitasi serta referensi
- (3) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

Tangerang, 10 Desember 2025



(Kyoko Stefani Lim)



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT BELI
KONSUMEN PADA PRODUK KECANTIKAN GARNIER *MICELLAR*
CLEANSING WATER DENGAN KEMASAN RAMAH LINGKUNGAN

Oleh

Nama : Kyoko Stefani Lim
NIM : 00000069724
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Senin, 22 Desember 2025

Pukul 09.30 s.d 11.00 dan dinyatakan

LULUS

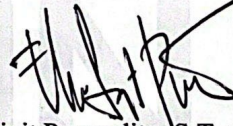
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



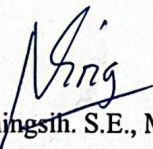
Yoanita Alexandra, S.E., B.A., M.Par
NIDN: 0313089201

Penguji



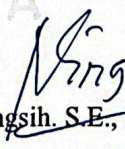
Eko Sigit Pramudito, S.T., M.M., CDM, CPM(Asia)
NIDN: 0302057904

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

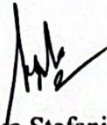
Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kyoko Stefani Lim
NIM : 00000069724
Program Studi : Manajemen
Jenjang : D3/S1/S2* (coret salah satu)
Judul Karya Ilmiah : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI NIAT BELI
KONSUMEN PADA PRODUK
KECANTIKAN GARNIER MICELLAR
CLEANSING WATER DENGAN KEMASAN
RAMAH LINGKUNGAN

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa* (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, 10 Desember 2025


(Kyoko Stefani Lim)

* Centang salah satu tanpa menghapus opsi yang tidak dipilih

** 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 atas selesainya penulisan tugas akhir ini dengan judul: “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Beli Konsumen pada Produk Kecantikan Garnier *Micellar Cleansing Water* dengan Kemasan Ramah Lingkungan” dilakukan untuk memenuhi syarat kelulusan untuk mencapai gelar S1 Jurusan Manajemen pada Bisnis Universitas multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

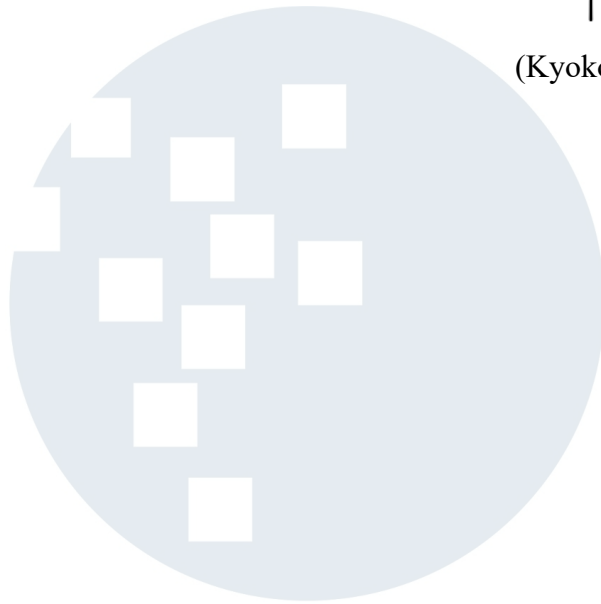
1. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc. Ph.D., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Prio Utomo, S.T, MPC, selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih., S.E., M.S.M., CBO., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Purnamaningsih., S.E., M.S.M., CBO., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga 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 terkasih saya, Devania Natalia, Felicia Jennifer, Kellysia Mona, Kristiana Andrea, dan Lovenia Kirana yang selalu memberikan dukungan, motivasi dan menyemangati saya selama proses penyusunan tugas akhir ini.

Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca, serta dapat menjadi pembelajaran bagi penulis untuk terus berusaha buat yang terbaik dalam menyelesaikan tanggung jawab.

Tangerang, 10 Desember 2025



(Kyoko Stefani Lim)



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK KECANTIKAN GARNIER *MICELLAR CLEANSING WATER* DENGAN KEMASAN RAMAH LINGKUNGAN

Kyoko Stefani Lim

ABSTRAK

Beberapa tahun terakhir, isu lingkungan telah menjadi permasalahan yang selalu menjadi perhatian. Salah satu permasalahan lingkungan yang sedang dihadapi adalah jumlah sampah yang semakin meningkat khususnya sampah plastik. Salah satu industri yang menyebabkan meningkatnya sampah plastik yaitu industri kecantikan. Meningkatnya jumlah pemakaian produk kecantikan dapat menciptakan jumlah sampah plastik yang lebih tinggi. Salah satu *brand* kecantikan yang mulai menggunakan kemasan ramah lingkungan adalah Garnier, dimana Garnier memiliki komitmen untuk memberikan dampak positif baik pada lingkungan dan masyarakat dengan mengurangi limbah plastik. Metode penelitian yang digunakan adalah IBM Statistic SPSS dengan melakukan pengolahan data terhadap 120 responden dengan menggunakan *non-probability sampling*. Temuan pada penelitian ini adalah *Perceived Value of Sustainable Packaging* berpengaruh positif terhadap *Purchase Intention*, *Willingness to Pay* tidak memiliki pengaruh terhadap *Purchase Intention*, *Environmental Concern* berpengaruh positif terhadap *Purchase Intention*, serta *Attitude Towards Sustainable Packaging* berpengaruh positif terhadap *Purchase Intention*.

Kata kunci: *sustainable packaging*, produk kecantikan, *purchase intention*, Garnier

***ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING CONSUMER
PURCHASE INTENTION FOR GARNIER MICELLAR
CLEANSING WATER BEAUTY PRODUCTS WITH
SUSTAINABLE PACKAGING***

Kyoko Stefani Lim

ABSTRACT

In recent years, environmental issues have become a constant concern. One of the environmental issues being faced is the increasing amount of waste, especially plastic waste. One industry that causes the increase in plastic waste is the beauty industry. The increasing number of beauty product usage can create a higher amount of plastic waste. One of the beauty brands that has started using environmentally friendly packaging is Garnier, where Garnier is committed to having a positive impact on both the environment and society by reducing plastic waste. The research method used is IBM Statistic SPSS by processing data on 120 respondents using non-probability sampling. The findings in this study are Perceived Value of Sustainable Packaging has a positive effect on Purchase Intention, Willingness to Pay has no effect on Purchase Intention, Environmental Concern has a positive effect on Purchase Intention, and Attitude Towards Sustainable Packaging has a positive effect on Purchase Intention.

Keywords: *sustainable packaging, beauty product, purchase intention, Garnier*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian	12
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.5 Batasan Penelitian	15
1.6 Sistematika Penulisan	16
BAB II LANDASAN TEORI	18
2.1 Tinjauan Teori.....	18
2.1.1 Produk Kecantikan	18
2.1.2 <i>Sustainable Packaging</i>	19
2.1.3 <i>Perceived Value of Sustainable Packaging</i>	19
2.1.4 <i>Willingness to Pay</i>	20
2.1.5 <i>Environmental Concern</i>	21
2.1.6 <i>Attitude Towards Sustainable Packaging</i>	22
2.1.7 <i>Purchase Intention</i>	23
2.2 Model Penelitian	24
2.3 Hipotesis	25

2.4	Penelitian Terdahulu	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		33
3.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	33
3.2	Desain Penelitian	35
3.3	Data Penelitian.....	38
3.4	Prosedur Penelitian.....	39
3.5	Populasi dan Sampel Penelitian	40
3.5.1	Populasi	41
3.5.2	Sampel	42
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.7	Identifikasi Variabel Penelitian.....	45
3.8	Operasionalisasi Variabel.....	46
3.9	Teknik Analisis Data.....	53
3.10	Analisis Data Penelitian dengan Multiple Regression Analysis.....	55
3.11	Uji Hipotesis.....	59
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		62
4.1	Deskripsi Hasil Penelitian.....	62
4.2	Karakteristik Responden.....	62
4.3	Analisis Statistik Deskriptif.....	72
4.4	Uji Instrumen Pre-Test.....	83
4.5	Uji Instrumen Main-Test.....	86
4.6	Uji Asumsi Klasik.....	88
4.7	Uji Kekuatan Prediksi Model dengan R^2	93
4.8	Uji Hipotesis.....	94
4.9	Uji Asumsi Data dengan Multiple Regression Analysis.....	97
4.10	Interpretasi Hasil.....	101
4.11	Implikasi Manajerial.....	106
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		111
5.1	Simpulan	111

5.2 Saran.....	112
DAFTAR PUSTAKA.....	114
LAMPIRAN.....	123



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi Variabel Penelitian	46
Tabel 3.2 Tabel Ukuran Validitas dan Syarat Terpenuhi.....	53
Tabel 3.3 Tabel Ukuran Normalitas dan Syarat Terpenuhi	56
Tabel 3.4 Tabel Ukuran Multikolinearitas dan Syarat Terpenuhi.....	58
Tabel 3.5 Tabel Ukuran Uji Hipotesis dan Syarat Terpenuhi.....	60
Tabel 4.1 Tabel Kategori Penilaian Variabel.....	73
Tabel 4.2 Tabel Penilaian <i>Perceived Value of Sustainable Packaging</i>	73
Tabel 4.3 Tabel Penilaian <i>Willingness to Pay</i>	75
Tabel 4.4 Tabel Penilaian <i>Environmental Concern</i>	77
Tabel 4.5 Tabel Penilaian <i>Attitude Toward Sustainable Packaging</i>	79
Tabel 4.6 Tabel Penilaian <i>Purchase Intention</i>	80
Tabel 4.7 Tabel Hasil Uji Validitas Data Pre-Test	83
Tabel 4.8 Tabel Hasil Uji Reliabilitas Data Pre-Test.....	84
Tabel 4.9 Tabel Hasil Uji Validitas Data Main Test.....	86
Tabel 4.10 Tabel Hasil Uji Reliabilitas Data Main Test.....	87
Tabel 4.11 Tabel Hasil Uji Normalitas.....	89
Tabel 4.12 Tabel Hasil Uji Multikolinearitas	92
Tabel 4.13 Tabel Hasil Uji Kekuatan Prediksi Model (R^2)	93
Tabel 4.14 Tabel Hasil Uji Hipotesis dengan F-Statistik.....	94
Tabel 4.15 Tabel Hasil Uji Hipotesis dengan t-Statistik.....	94
Tabel 4.16 Tabel Hasil Analisis Persamaan Regresi	97
Tabel 4.17 Tabel Hasil Perbandingan Pengaruh pada Model Regresi.....	99

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Negara yang Paling Peduli Masalah Lingkungan	3
Gambar 1.2 Pendapatan Produk Kecantikan di Indonesia	4
Gambar 1.4 Komposisi Kemasan Garnier	8
Gambar 1.5 Top 10 Penjualan Brand Kecantikan di Indonesia	9
Gambar 1.6 Diagram Responden Mengetahui Produk Garnier Micellar Cleansing	10
Gambar 1.7 Diagram Pengetahuan Responden Mengenai Garnier Menggunakan Kemasan Ramah Lingkungan	11
Gambar 2.1 Model Penelitian	25
Gambar 3.1 Logo Garnier	33
Gambar 3.2 Produk Garnier	34
Gambar 3.3 Konsep <i>Green Beauty</i> Garnier	35
Gambar 3.4 Klasifikasi Desain Penelitian	36
Gambar 3.5 Proses Melakukan Sampling Design.....	40
Gambar 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Gender	63
Gambar 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	63
Gambar 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Domisili.....	64
Gambar 4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	65
Gambar 4.5 Karakteristik Responden berdasarkan Profesi.....	66
Gambar 4.6 Karakteristik Responden berdasarkan Anggaran Membeli Produk Kecantikan dalam Sebulan.....	66
Gambar 4.7 Karakteristik Responden berdasarkan Menggunakan Produk Kecantikan untuk Aktivitas Sehari-hari	67
Gambar 4.8 Karakteristik Responden berdasarkan Mengetahui Produk Kecantikan Garnier.....	68
Gambar 4.9 Karakteristik Responden berdasarkan Mengetahui Produk Garnier Micellar Cleansing Water Telah Menggunakan Kemasan Ramah Lingkungan...	69
Gambar 4.10 Karakteristik Responden berdasarkan Keinginan Membeli Setelah Mengetahui Produk Garnier Micellar Cleansing Water Menggunakan Kemasan Ramah Lingkungan	70
Gambar 4.11 Karakteristik Responden berdasarkan Faktor yang Membuat Ingin Membeli Produk Kemasan Ramah Lingkungan	70
Gambar 4.12 Karakteristik Responden berdasarkan Aktivitas yang Pernah Dilakukan dalam Mengelola Kemasan Ramah Lingkungan.....	71
Gambar 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Scatterplot.....	91

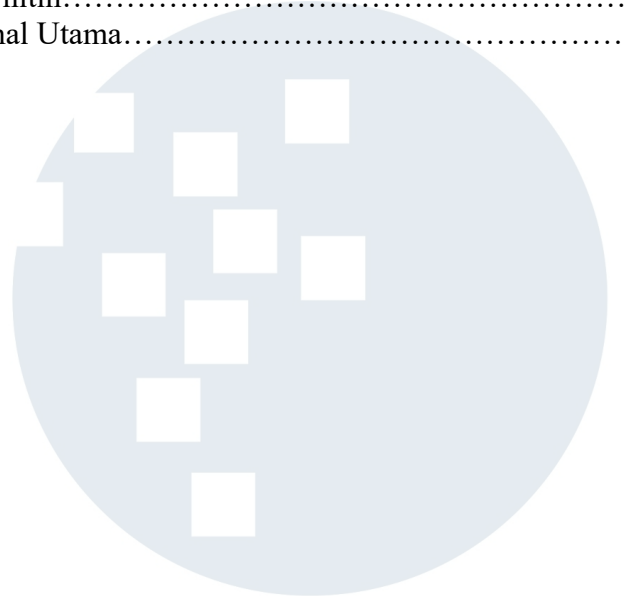
Gambar 4.14 Ilustrasi Wadah Garnier dengan Label Ramah Lingkungan	107
Gambar 4.15 Ilustrasi Kerja Sama dengan Pandawara Group	109



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Formulir Bimbingan	123
Lampiran B Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Pre-Test.....	125
Lampiran C Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Main Test.....	129
Lampiran D Hasil Uji Regresi Berganda.....	133
Lampiran E Kuesioner.....	134
Lampiran F Turnitin.....	146
Lampiran G Jurnal Utama.....	149



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA