

**PENGARUH *GREEN MARKETING*, *ENVIRONMENTAL CONCERN*, DAN
ATTITUDE TOWARD BEHAVIOR TERHADAP *PURCHASE INTENTION*:
STUDI PADA LAKI-LAKI PENGGUNA *SKINCARE* LOKAL DI DKI
JAKARTA**

DHEA VANNIA

1707618032



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2023

**The Influence of Green Marketing, Environmental Concern, and Attitude
Toward Behavior on Purchase Intention: A Study of Male Local *Skincare*
Users in DKI Jakarta**

DHEA VANNIA

1707618032



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**This Paper Was Written as Part of the Requirements for A Bachelor of
Education Degree from the Faculty of Economics at The State University of
Jakarta.**

BUSINESS EDUCATION

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2023

ABSTRAK

DHEA VANNIA, Pengaruh *Green Marketing*, *Environmental Concern*, dan *Attitude Toward Behavior* terhadap *Purchase Intention*: Studi pada Laki-laki Pengguna *Skincare* Lokal di Dki Jakarta

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan mengetahui pengaruh *green marketing*, *environmental concern*, dan *attitude toward behavior* terhadap *purchase intention*, penelitian dilakukan pada laki-laki di DKI Jakarta yang saat ini menggunakan atau pernah menggunakan *skincare* ramah lingkungan Avoskin. Menggunakan penelitian kuantitatif, sebanyak 243 sampel dikumpulkan dan dianalisis. Analisis data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS 25 dan AMOS 21. *Exploratory factor analysis* (EFA) dan uji reliabilitas menggunakan SPSS 25, dilanjutkan dengan *confirmatory factor analysis* (CFA) dan *structural equation model* (SEM) menggunakan AMOS 21. Ditemukan bahwa *green marketing* secara signifikan tidak mempengaruhi niat laki-laki membeli *skincare* ramah lingkungan. Sementara itu, *environmental concern* dan *attitude toward behavior* secara signifikan mempengaruhi niat laki-laki membeli *skincare* ramah lingkungan.

Kata kunci: *Attitude toward behavior*, *environmental concern*, *green marketing*, *purchase intention*, *skincare*

ASBTRACT

DHEA VANNIA, *The Influence of Green Marketing, Environmental Concern, and Attitude Toward Behavior on Purchase Intention: A Study of Male Local Skincare Users in DKI Jakarta*

This study aims to examine and determine the effect of green marketing, environmental concern, and attitude toward behavior on purchase intention. The research was conducted on men in DKI Jakarta who currently use or have used one of the environmentally friendly skincare brands, Avoskin. Using quantitative research, a total of 243 samples were collected and analyzed. Data analysis was performed using SPSS 25 and AMOS 21 software. Exploratory factor analysis (EFA) and data reliability were performed using SPSS 25 software, followed by confirmatory factor analysis (CFA) and structural equation modeling (SEM) using AMOS 21. It was found that green marketing does not significantly affect men's intentions to buy eco-friendly skincare. Meanwhile, environmental concern and attitude toward behavior significantly influence men's intention to buy eco-friendly skincare.

Keyword: *Attitude toward behavior, environmental concern, green marketing, purchase intention, skincare*






LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd
NIP. 197207152001121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Nadya Fadillah F, S.Pd., M.Pd. NIP. 199302202019032022 (Ketua Penguji)		21-02-23
2	Ika Febrilia, SE., M.M NIP. 198702092015042001 (Penguji Ahli 1)		15-02-23
3	Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., M.M NIDN. 0002038107 (Penguji Ahli 2)		15-02-23
4	Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D NIP. 197412212008121001 (Pembimbing 1)		15-02-23
5	Dewi Agustin Pratama Sari, SE., M.S.M NIP. 199308272020122024 (Pembimbing 2)		21-02-23

Nama : Dhea Vannia
No. Registrasi : 1707618032
Program Studi : S1 Pendidikan Bisnis
Tanggal Lulus : 10 Februari 2023

LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dhea Vannia

NIM : 1707618032

Program Studi : Pendidikan Bisnis

Fakultas : Ekonomi

Menyatakan bahwa skripsi yang saya serahkan ke Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta untuk memenuhi gelar akademik tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak lain, kecuali yang tertulis menggunakan sitasi dalam dokumen ini dan disebutkan sumbernya secara lengkap dalam daftar pustaka. Namun demikian, saya bersedia menerima hukuman atau sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku jika kemudian terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar.

Jakarta, 20 Februari 2023

Penulis



LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Dhea Vannia
NIM : 1707618032
Fakultas/Prodi : S1 Pendidikan Bisnis
Alamat email : vanniadhea10@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :
Pengaruh *Green Marketing*, *Environmental Concern*, dan *Attitude Toward Behavior*
terhadap *Purchase Intention*: Studi pada Laki-laki Pengguna *Skincare* Lokal di DKI Jakarta

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 21 Februari 2023

Penulis

(Dhea Vannia)

LEMBAR PERSEMBAHAN

“... dan jangan kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya yang berputus asa dari rahmat Allah hanyalah orang-orang yang kafir” (QS. Yusuf 12:87)

“Let’s succeed, fail, learn, and experience as much as we can” – N

“Never underestimate yourself you can learn from failure. You can’t learn anything if you never even tried it in the first place” – J

“Times are hard but you are harder” – I

“If you don’t get started, failure becomes a habit” – BY

Skripsi ini dipersembahkan untuk: Mamah Papah tercinta yang dengan sabar mendukung penulis dengan doa, restu, arahan, ajaran, nasihat, dan segala hal yang telah Mamah dan Papah berikan sehingga penulis dapat bertahan sampai detik ini dan mampu menyelesaikan studi, pengorbanan kalian yang begitu besar Ibu Rahayu Dwiningsih dan Bapak Herry Mulyadi tidak akan bisa terbalaskan. Kedua saudaraku tersayang, kak Hanna Kamilla dan Avika Nabilla yang sudah pengertian, menjadi pendukung terbaik, dan membantu dalam segala hal. Dosen pembimbing, Pak Andi dan Bu Dewi yang berjasa membimbing penulisan skripsi ini. Bapak Ibu dosen Pendidikan Bisnis dan Fakultas Ekonomi yang sudah memberikan ilmu-ilmunya. Terakhir, skripsi ini penulis persembahkan kepada diri sendiri karena sudah bertanggungjawab menyelesaikan apa yang sudah dimulai.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah S.W.T, Tuhan Yang Maha Esa dengan limpahan rahmat serta karunianya membantu penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Green Marketing*, *Environmental Concern*, dan *Attitude Toward Behavior* terhadap *Purchase Intention*: Studi pada Laki-Laki Pengguna *Skincare* Lokal di DKI Jakarta”. Penulisan skripsi ini tidak luput dari bantuan banyak pihak yang membantu, khususnya penulis sampaikan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua, Mamah dan Papah yang selalu mendukung dan membantu penulis dengan doa dan restunya selama ini.
2. Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah membimbing dan mengarahkan penulis terkait penyusunan skripsi.
3. Dewi Agustin Pratama Sari, SE., M.S.M selaku Dosen Pembing 2 yang telah membimbing dan mengarahkan penulis terkait penyusunan skripsi.
4. Nadya Fadillah F, S.Pd., M.Pd selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
5. Prof. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
6. Makhluk-makhluk lembut, kakak dan adik tersayang, Kak Hanna dan Vika yang telah membantu penulis dalam segala hal.
7. Safitri Dwi Rahmadhani yang membantu penulis menemukan jawaban atas kebingungan menyusun skripsi ini.

8. Idola-idola penulis yang karyanya menemani dan memotivasi penulis dalam mengerjakan skripsi.
9. Alexandra Asanovna Elbakyan yang (*sci-hub lady gif*) yang telah membuat website sci-hub sehingga penulis dapat mengakses jurnal-jurnal penelitian dengan mudah dan gratis.
10. Teman-teman di dalam dan di luar kampus, teman-teman seperjuangan di Pendidikan Bisnis A 2018, responden penelitian, dan semua pihak yang sudah membantu serta memberikan dukungan bagi penulis dalam menyusun skripsi ini hingga dapat selesai dibuat.

Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, untuk menyempurnakannya peneliti masih membutuhkan kritik dan saran pembaca. Peneliti juga berharap pembaca dapat memperoleh manfaat dari membaca skripsi ini.

Jakarta, 10 Februari 2023

Dhea Vannia

1707618032

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ASBTRACT.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Teori Pendukung.....	12
2.1.1 <i>Purchase Intention</i>	12
2.1.2 <i>Green Marketing</i>	14
2.1.3 <i>Environmental Concern</i>	19
2.1.4 <i>Attitude Toward Behavior</i>	21

2.2 Hubungan Variabel dan Pengembangan Hipotesis.....	23
2.2.1 <i>Green marketing</i> dan <i>Purchase intention</i>	23
2.2.2 <i>Environmental concern</i> dan <i>Purchase intention</i>	24
2.2.3 <i>Attitude toward behavior</i> dan <i>Purchase intention</i>	27
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	30
3.2 Desain Penelitian.....	30
3.3 Populasi dan Sampel	31
3.4 Pengembangan Instrumen	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.6 Teknik Analisis Data.....	35
3.6.1 Uji Validitas	36
3.6.2 Uji Reliabilitas	37
3.6.3 Uji Kelayakan Model	37
3.6.4 Uji Hipotesis	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Deskripsi Data.....	39
4.1.1 Profil Partisipan.....	39
4.1.2 Profil Data	47
4.1.3 Tabulasi Silang.....	52
4.2 Hasil Analisis Data.....	54
4.2.1 Uji Validitas	54
4.2.2 Uji Reliabilitas	55
4.2.3 Uji Kelayakan Model	56

4.2.4 Uji Hipotesis	60
BAB V PENUTUP.....	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Implikasi.....	66
5.2.1 Implikasi Teoritis	66
5.2.2 Implikasi Praktis	66
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	67
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya	68
DAFTAR PUSTAKA	69
DAFTAR LAMPIRAN.....	81
RIWAYAT HIDUP PENULIS	97



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan industri kecantikan Indonesia	2
Gambar 1. 2 Pendapatan produk <i>skincare</i> di Indonesia.....	2
Gambar 1. 3 Jenis <i>skincare</i> yang digunakan pria.....	4
Gambar 1. 4 Produk <i>skincare</i> paling sering digunakan pria	5
Gambar 1. 5 Fluktuasi penjualan produk <i>skincare</i>	8
Gambar 2. 1 Model kerangka teori.....	29
Gambar 4. 1 Profil partisipan berdasarkan usia.....	39
Gambar 4. 2 Profil partisipan berdasarkan domisili.....	40
Gambar 4. 3 Profil partisipan berdasarkan pekerjaan	41
Gambar 4. 4 Profil partisipan berdasarkan penghasilan per bulan.....	42
Gambar 4. 5 Profil partisipan berdasarkan status pernikahan.....	43
Gambar 4. 6 Profil partisipan berdasarkan pendidikan terakhir	44
Gambar 4. 7 Frekuensi lama waktu menggunakan Avoskin.....	45
Gambar 4. 8 Jenis <i>skincare</i> yang digunakan.....	46
Gambar 4. 9 Model struktural uji kerangka teori sebelum modifikasi	57
Gambar 4. 10 Model struktural uji kerangka teori setelah modifikasi.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Alasan konsumen membeli produk ramah lingkungan.....	6
Tabel 1. 2 Produk ramah lingkungan yang dibeli	7
Tabel 2. 1 Teori pendukung model.....	29
Tabel 3. 1 Ukuran 5 poin skala Likert.....	31
Tabel 3. 2 Operasionalisasi variabel	33
Tabel 3. 3 <i>Goodness of fit indices</i>	38
Tabel 4. 1 Analisis deskriptif <i>purchase intention</i>	47
Tabel 4. 2 Analisis deskriptif <i>green marketing</i>	49
Tabel 4. 3 Analisis deskriptif <i>environmental concern</i>	50
Tabel 4. 4 Analisis deskriptif <i>attitude toward behavior</i>	51
Tabel 4. 5 Tabulasi silang antara jenis <i>skincare</i> dan usia	53
Tabel 4. 6 Tabulasi silang antara jenis <i>skincare</i> dan lama waktu penggunaan <i>skincare</i>	54
Tabel 4. 7 Hasil uji validitas setelah modifikasi	55
Tabel 4. 8 Hasil uji reliabilitas	56
Tabel 4. 9 Output <i>goodness-off-fit</i> sebelum modifikasi.....	57
Tabel 4. 10 Hubungan kovarian.....	59
Tabel 4. 11 Hasil <i>goodness-of-fit</i> penelitian	60
Tabel 4. 12 Estimasi nilai uji hipotesis statistik.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Online.....	81
Lampiran 2 Hasil Jawaban Kuesioner.....	86
Lampiran 3 Deskripsi Data Partisipan	90
Lampiran 4 Uji Validitas Sebelum Modifikasi	91
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Data Sesudah Modifikasi.....	92
Lampiran 6 Hasil Model Fit.....	93
Lampiran 7 Hasil Output Statistik.....	94
Lampiran 8 Keterangan Hasil Uji Kemiripan Naskah Skripsi.....	96

