

**MODERASI *PRICE SENSITIVITY* DALAM *ATTITUDE*,
SUBJECTIVE NORMS, DAN *PERCEIVED BEHAVIORAL*
CONTROL TERHADAP *PURCHASE INTENTION* *ECO-*
*FRIENDLY BODY CARE***

Khalisatuz Zahro

1705621044



**Skripsi ini Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi
dan Bisnis**

Universitas Negeri Jakarta

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2025

***PRICE SENSITIVITY MODERATION IN ATTITUDE,
SUBJECTIVE NORMS, AND PERCEIVED BEHAVIORAL
CONTROL ON PURCHASE INTENTION OF ECO-FRIENDLY
BODY CARE***

Khalisatuz Zahro

1705621044



***This Thesis was Prepared to Fulfill One of the Requirements to
Obtain a Bachelor of Management Degree at the Faculty of
Economics and Business State University of Jakarta***

***BACHELOR'S MANAGEMENT STUDY PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

2025

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan studi deskriptif yang dirancang untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi niat konsumen dalam membeli produk perawatan tubuh yang ramah lingkungan. Faktor utama yang dikaji meliputi *attitude*, *subjective norms*, dan *perceived behavioral control*, dengan *price sensitivity* sebagai variabel moderator. Penelitian ini mengeksplorasi berbagai determinan perilaku yang mendorong maupun menghambat niat pembelian hijau dalam industri kecantikan dan perawatan pribadi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan data primer yang diperoleh melalui kuesioner terstruktur. Responden dalam penelitian ini berjumlah 322 orang di Jakarta, Indonesia, yang berpartisipasi dari bulan Oktober hingga Desember 2024. Analisis data meliputi uji validitas dan reliabilitas, serta pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *attitude* dan *subjective norms* berpengaruh positif terhadap *green purchase intention*, yang menegaskan peran keyakinan pribadi dan tekanan sosial dalam membentuk perilaku konsumsi berkelanjutan. Namun, *perceived behavioral control* yang dirasakan tidak terbukti berhubungan secara signifikan dengan *green purchase intention*, yang mungkin menunjukkan bahwa dampaknya bersifat kontekstual. *Price sensitivity* menjadi variabel moderasi yang tidak mempengaruhi dalam melemahkan atau menguatkan hubungan antara *attitude*, *subjective norms*, dan *perceived behavioral control* dalam *green purchase intention*. Dengan demikian, studi ini memberikan wawasan penting dalam perilaku konsumen dan menyoroti peran ganda faktor psikososial dan ekonomi. Temuan ini memberikan rekomendasi praktis bagi pemasar dan pembuat kebijakan dalam mendorong adopsi produk ramah lingkungan dan membangun pilihan konsumen yang berkelanjutan.

Kata Kunci: *Green purchase intention, attitude, subjective norms, perceived behavioral control, price sensitivity, eco-friendly body care products.*

ABSTRACT

This research is a descriptive study designed to find out the factors in the intention of consumers in buying environmentally friendly body care products. The key drivers studied were attitudes, subjective norms, and perceived behavior control. Price sensitivity was a moderator variable. This research examines several behavioral determinants of driving and impeding green purchase intention in the beauty and personal care industry. This research uses a quantitative approach, and the data used in this research is primary data through a structured questionnaire. Respondents in this study are 322 people in Jakarta, Indonesia, who participated in this study from October to December 2024. The findings indicate that attitudes and subjective norms positively influence green purchase intention, underlining the role of personal beliefs and social pressures in shaping sustainable consumption behaviors. On the other hand, perceived behavioral control did not emerge as significantly related to green purchase intention, which may suggest that its impact is contextual. Price sensitivity is a moderating variable that does not affect in weakening or strengthening the relationship between attitude, subjective norms, and perceived behavioral control in green purchase intention. Thus, this study provides important insights into consumer behavior and highlights the dual role of psychosocial and economic factors. The findings provide practical recommendations for marketers and policymakers in encouraging the adoption of green products and building sustainable consumer choices.

Keyword: *Green purchase intention, attitude, subjective norms, perceived behavioral control, price sensitivity, eco-friendly body care products.*

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
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 : Khalisatuz Zahro
NIM : 1705621044
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Alamat email : khalisatuzzahro@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 :

Moderasi *Price Sensitivity* dalam *Attitude*, *Subjective Norms*, dan *Perceived Behavioral Control* terhadap *Purchase Intention Eco-Friendly Body Care*

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, 24 Februari 2025

Penulis



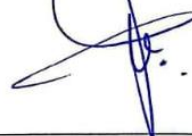


(Khalisatuz Zahro)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M.
NIP. 197206272006041001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Prof. Agung Dharmawan Buchdadi, M.M., Ph.D. NIP. 197509162006041001 (Ketua Sidang/Seminar)		14 Februari 2025
2	Titis Fatarina Mahfirah, S.E., M.S.M NIP. 198905022022032011 (Penguji 1)		14 Februari 2025
3	Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D NIP. 197412212008121001 (Penguji 2)		17 Februari 2025
4	Prof. Dr. Gatot Nazir Ahmad, M.Si NIP. 197205062006041002 (Pembimbing 1)		17 Februari 2025
5	Nofriska Krissanya, S.E., M.B.ANIP. 199111022022032013 (Pembimbing 2)		14 Februari 2025
<p>Nama : Khalisatuz Zahro No. Registrasi : 1705621044 Program Studi : S1 Manajemen Tanggal Lulus : 7 Februari 2025</p>			

LEMBAR ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Khalisatuz Zahro
NIM : 1705621044
Prodi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Judul Skripsi : Moderasi *Price Sensitivity* dalam *Attitude, Subjective Norms,* dan *Perceived Behavioral Control* terhadap *Purchase Intention Eco-Friendly Body Care*

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun perguruan tinggi lain. Skripsi ini belum pernah di publikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan daftar pustaka. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 24 Februari 2025

Yang Membuat Pernyataan



Khalisatuz Zahro

NIM. 1705621044

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "**Moderasi Price Sensitivity dalam Attitude, Subjective Norms, dan Perceived Behavioral Control terhadap Purchase Intention Eco-Friendly Body Care**". Skripsi yang disusun merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta. Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.
2. Bapak M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A. selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen
3. Bapak Prof. Dr. Gatot Nazir Ahmad, M.Si selaku Dosen Pembimbing I atas segala bimbingan, arahan, serta masukan kepada penulis sepanjang proses penyusunan skripsi.
4. Ibu Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A selaku Dosen Pembimbing II yang juga memberikan bimbingan, arahan, dan masukan kepada penulis sepanjang proses penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dosen S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan banyak ilmu yang bermanfaat

6. Seluruh anggota keluarga, terkhusus Bapak, Mamah, Kakak, dan Adik yang memberikan semangat hingga menyelesaikan skripsi.
7. Sahabat seperjuangan terkhusus Ferrari, Abigail Natali, dan Sabrina Larasati yang saling mendukung untuk menyemangati dan menyelesaikan tepat waktu.
8. Kak Nabilah Afifah Rasya yang memberikan bimbingan juga terhadap penulis dari awal hingga akhir.
9. Khilafah Nugra Santana sebagai calon suami yang selalu memberikan semangat dan waktu luangnya untuk menemani penyusunan skripsi.
10. Serta kepada diri sendiri, Khalisatuz Zahro yang telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan semua tugas dari awal masuk hingga skripsi ini tanpa menyerah, terima kasih tidak menunda walaupun pengerjaan skripsi ini juga berbarengan dengan magang. Terima kasih sudah bertahan dan akan terus bertahan melewati berbagai macam tantangan. You are Incredibile!.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat beberapa kekurangan, oleh karena itu masukan dan saran sangat diharapkan untuk perbaikan lebih lanjut di masa mendatang.

Terima Kasih.

Jakarta, 18 Januari 2025

Penulis

Khalisatuz Zahro

NIM. 1705621044

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
LEMBAR ORISINALITAS	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.4.1 Manfaat Teoretis	13
1.4.2 Manfaat Praktis	13

BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
2.1 Teori	15
2.1.1 <i>Green Purchase Intention</i>	16
2.1.2 <i>Attitude</i>	17
2.1.3 <i>Subjective Norms</i>	18
2.1.4 <i>Perceived Behavioral Control (PBC)</i>	19
2.1.5 <i>Price Sensitivity</i>	19
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	21
2.2.1 <i>Attitude dan Green Purchase Intention</i>	21
2.2.2 <i>Subjective Norms dan Green Purchase Intention</i>	22
2.2.3 <i>Perceived Behavioral Control dan Green Purchase Intention</i>	23
2.2.4 <i>Price Sensitivity sebagai Moderating Variable dalam Attitude dan Green Purchase Intention</i>	24
2.2.5 <i>Price Sensitivity sebagai Moderating Variable dalam Subjective Norms dan Green Purchase Intention</i>	25
2.2.6 <i>Price Sensitivity sebagai Moderating Variable dalam Perceived Behavioral Control dan Green Purchase Intention</i>	26
2.3 Hipotesis Penelitian	27
2.4 Hasil Penelitian yang Relevan	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	31
3.2 Desain Penelitian	31
3.3 Populasi dan Sampel	32
3.3.1 Populasi.....	32
3.3.2 Sampel	32
3.4 Pengembangan Instrumen	33
3.4.1 Skala Pengukuran	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data	38
3.6 Teknik Analisis Data	38
3.6.1 Uji Validitas	38
3.6.2 Uji Reliabilitas	39
3.6.3 Uji Kesesuaian Model.....	40
3.6.4 Uji Hipotesis	42
3.6.5 Model SEM.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Deskripsi Data	43
4.1.1 Profil Responden.....	43
4.1.2 Analisis Deskriptif	48
4.2 Hasil Pengujian.....	56
4.2.1 Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	56

4.2.2 Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	63
4.2.3 Uji Hipotesis	66
4.3 Pembahasan	70
4.3.1 Pengaruh <i>Attitude</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	70
4.3.2 Pengaruh <i>Subjective Norms</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	71
4.3.3 Pengaruh <i>Perceived Behavioral Control</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	72
4.3.4 Pengaruh Peran Moderasi <i>Price Sensitivity</i> terhadap <i>Attitude</i> dan <i>Green Purchase Intention</i>	74
4.3.5 Pengaruh Peran Moderasi <i>Price Sensitivity</i> terhadap <i>Subjective Norms</i> dan <i>Green Purchase Intention</i>	75
4.3.6 Pengaruh Peran Moderasi <i>Price Sensitivity</i> terhadap <i>Perceived Behavioral Control</i> dan <i>Green Purchase Intention</i>	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Implikasi	80
5.2.1 Implikasi Teoritis	80
5.2.1 Implikasi Praktis	81
5.3 Keterbatasan Penelitian	82
5.4 Rekomendasi Untuk Penelitian Selanjutnya	82

DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN.....	93



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Daftar Negara Paling Ramah Lingkungan di Asia Tenggara Tahun 2024.....	2
Gambar 1. 2 Merek Produk <i>Body Care</i> Ramah Lingkungan.....	6
Gambar 1. 3 <i>Market Report 8 Brand Body Lotion</i> Terlaris	8
Gambar 1. 4 Alasan Responden Tidak Menerapkan Gaya Hidup Berkelanjutan...	9
Gambar 1. 5 Ulasan Pelanggan Produk <i>Body Care</i> Ramah Lingkungan.....	11
Gambar 2. 1 Model <i>Theory of Planned Behavior</i>	15
Gambar 2. 2 Model Penelitian	27
Gambar 3. 1 Model SEM	42
Gambar 4. 1 Hasil <i>Outer Loading</i> Setelah Perhitungan.....	59



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hipotesis Variabel.....	28
Tabel 2. 2 Hasil Penelitian yang Relevan	29
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	33
Tabel 3. 2 Skala Likert	37
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	45
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	46
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	47
Tabel 4. 6 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan	47
Tabel 4. 7 Deskriptif Variabel <i>Attitude</i>	48
Tabel 4. 8 Deskriptif Variabel <i>Subjective Norms</i>	50
Tabel 4. 9 Deskriptif Variabel <i>Perceived Behavioral Control</i>	52
Tabel 4. 10 Deskriptif Variabel <i>Price Sensitivity</i>	53
Tabel 4. 11 Deskriptif Variabel <i>Green Purchase Intention</i>	55
Tabel 4. 12 Hasil <i>Outer Loading</i>	57
Tabel 4. 13 Hasil <i>Discriminant Validity Cross Loading</i>	60
Tabel 4. 14 Hasil <i>Heterotrait Monotrait Ratio (HTMT)</i>	62
Tabel 4. 15 Hasil <i>Construct Reliability and Validity</i>	62
Tabel 4. 16 Hasil Perhitungan <i>R-Square</i>	64
Tabel 4. 17 Hasil Uji <i>Variance Inflation Factor (VIF)</i>	65

Tabel 4. 18 Hasil Uji *Path Coefficients* 67



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	93
Lampiran 2 Lembar Perbaikan Skripsi	101
Lampiran 3 Kartu Konsultasi	102
Lampiran 4 Lembar Persetujuan Sidang Skripsi.....	104
Lampiran 5 Lembar Persetujuan Dosen Pembimbing	105
Lampiran 6 Hasil Turnitin.....	106
Lampiran 7 Riwayat Hidup.....	107

