

**PENGARUH *GREEN PERCEIVED QUALITY* DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NIAT BELI MELALUI *GREEN TRUST* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PRODUK *INNISFREE* (Studi Kasus Pada Konsumen Pembeli Produk Innisfree di Wilayah Jabodetabek).**

**AULIA PRATIWI**

**1707620026**



*Intelligentia - Dignitas*

**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**

**2025**

**THE INFLUENCE OF *GREEN PERCEIVED QUALITY* AND *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* ON *PURCHASE INTENTION* THROUGH *GREEN TRUST* AS A *MEDIATION VARIABLE* FOR *INNISFREE* PRODUCTS (Case Study of Consumers Buying Innisfree Products in the JABODETABEK Area).**

**AULIA PRATIWI**

**1707620026**



*Intelligentia - Dignitas*

**This Thesis Was Prepared as One of the Requirements for Obtaining a Bachelor of Education Degree at the Faculty of Economics, Jakarta State University**

**BUSINESS EDUCATION**

**FACULTY OF ECONOMICS**

**STATE UNIVERSITY OF JAKARTA**

**2025**

## ABSTRAK

**Aulia Pratiwi, 1707620026, Pengaruh *green perceived quality* dan *corporate social responsibility* terhadap niat beli melalui *green trust* sebagai variabel mediasi produk innisfree (Studi Kasus Pada Konsumen Pembeli Produk Innisfree di Wilayah Jabodetabek).** Dalam persaingan yang semakin ketat pada industri kecantikan, perusahaan perlu memahami faktor-faktor yang dapat memengaruhi keputusan pada pembelian konsumen, terutama terkait kesadaran lingkungan. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh dari *green perceived quality* dan *corporate social responsibility* terhadap niat beli konsumen, dengan *green trust* sebagai variabel mediasi, pada produk Innisfree di wilayah Jabodetabek. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 350 responden yang merupakan konsumen produk Innisfree. Peneliti juga menggunakan data dianalisis perangkat lunak AMOS versi 24 dan metode SEM (*Structural Equation Modeling*). Dengan menghasilkan penelitian yang menunjukkan bahwa pengaruh dari *green perceived quality* dan *corporate social responsibility* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli, di mana *green trust* berperan sebagai mediator yang memperkuat hubungan tersebut. Namun, dalam hal ini pengaruh yang dimiliki variabel *corporate social responsibility* tidak memiliki pengaruh secara langsung terhadap niat beli melalui *green trust* sebagai mediasi. Temuan ini dapat memberikan wawasan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, sekaligus menekankan pentingnya komitmen terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial guna meningkatkan niat beli pada konsumen produk Innisfree.






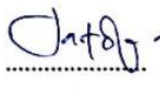
**Kata kunci:** *Green Perceived Quality, Corporate Social Responsibility, Niat beli, Green Trust*

## ABSTRACT

Aulia Pratiwi, 1707620026, The influence of green perceived quality and corporate social responsibility on purchase intention through green trust as a mediaton variabel for innisfree products (Case Study of Consumers Buying Innisfree Products in the Jabodetabek Area). In the increasingly tight competition in the beauty industry, companies need to understand the factors that can influence consumer purchasing decisions, especially related to environmental awareness. This study aims to analyze the effect of green perceived quality and corporate social responsibility on consumer purchase intentions, with green trust as a mediating variable, on Innisfree products in the Jabodetabek area. In this study, researchers used a quantitative approach involving 350 respondents who were consumers of Innisfree products. Researchers also used data analyzed by AMOS software version 24 and the SEM (Structural Equation Modeling) method. By producing research that shows that the influence of green perceived quality and corporate social responsibility has a positive and significant influence on purchase intentions, where green trust acts as a mediator that strengthens the relationship. However, in this case, the influence of the corporate social responsibility variable does not have a direct influence on purchase intentions through green trust as a mediator. These findings can provide important insights for companies to design more effective marketing strategies, while emphasizing the importance of commitment to sustainability and social responsibility in order to increase purchase intentions in consumers of Innisfree products.

**Keyword:** Green Perceived Quality, Corporate Social Responsibility, Purchase Intention, Green Trust

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
<b>Penanggung Jawab</b> <b>Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis</b>  <b>Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M.<sup>0</sup></b> <b>NIP 197206272006041001</b>			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Nadya Fadillah F, S.Pd., M.Pd. NIP 199302202019032022 (Ketua Sidang)		23/01/25
2	Daru Putri Kusumaningtyas, S.E., M.Han NIP 199504122023212041 (Penguji 1)		23/01/25
3	Annisa Lutfia, S.Pd., M.Pd NIP 198802142022032001 (Penguji 2)		23/01/25
4	Dr. Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si. NIP 197206171999031001 (Pembimbing 1)		23/01/25
5	Dr. Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM NIP 198103222023212013 (Pembimbing 2)		23/01/25
Nama : Aulia Pratiwi No. Registrasi : 1707620026 Program Studi : Pendidikan Bisnis Tanggal Lulus : 06 Januari 2025			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12  
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

# LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. 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, 28 Februari 2025

Yang Membuat Pernyataan,



**Aulia Pratiwi**

NIM. 1707620026

# LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://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 : Aulia Pratiwi  
NIM : 1707620026  
Fakultas/Prodi : Ekonomi/S1 Pendidikan Bisnis  
Alamat email : auliapратиwi32@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 Perceived Quality* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Niat Beli melalui *Green Trust* sebagai variabel mediasi produk Innisfree (Studi kasus pada konsumen pembelian produk innisfree di wilayah Jabodetabek)

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, 28 Februari 2025

Penulis

Aulia Pratiwi

No. Reg. 1707620026

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan petunjuk dan rahmat-Nya selama perjalanan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh *green perceived quality* dan *corporate social responsibility* terhadap niat beli melalui *green trust* sebagai variabel mediasi produk innisfree (Studi Kasus Pada Konsumen Pembeli Produk Innisfree di Wilayah Jabodetabek)”.

Penulis percaya bahwa melalui-Nya, penulis diberikan kekuatan dan hikmat untuk menyusun hingga menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang tulus kepada pihak-pihak yang sudah terlibat dalam membantu penulis terkait penyusunan skripsi ini, yaitu kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Ibu Dita Puruwita, S.Pd., M.Si., Ph D selaku Ketua Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan arahan dan dukungan administrasi.
3. Bapak Dr. Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, saran, dan motivasi selama penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Terrylina Arvinta Monoarfa, S.E, M.M. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, dan motivasi selama penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh jajaran pegawai Fakultas Ekonomi, baik dosen, staf administrasi, dan tenaga pendukung yang telah memberikan ilmu, dukungan yang telah memberikan ilmu, dukungan serta pelayanan yang luar biasa selama masa studi penulis di Universitas Negeri Jakarta.
6. Orang tua penulis, Ibu Partini dan Bapak Abidin tercinta, mereka ialah sosok pemeran utama yang sangat berperan penting dan sangat berjasa dalam dalam proses



menyelesaikan pendidikan serta hidup peneliti, sosok yang selalu melindungi, menasihati, memberikan dukungan, semangat, kesabaran, kebesaran hati, dan material serta doa yang tiada henti untuk penulis.

7. Para Kakak - Adik Sepupu dan adik kandung penulis tersayang, Dwi Putri Sari, Cahya Nirwana Sari, Anisa Ayudi Rahma, dan Imam Arif Setiawan yang selalu memberikan dukungan, semangat, motivasi, menjadi tempat keluh kesah dan selalu ada didalam masa-masa sulit penulis serta doa untuk penulis.
8. Sahabat penulis Alya Rahma Sapitri, Nitta Nadilla dan Mayang Nurapriani yang selalu menemani proses penulis, memberikan dukungan, motivasi, semangat, menjadi tempat keluh kesah penulis, yang selalu ada di dalam masa-masa sulit penulis serta doa dan nasihat tiada henti untuk penulis, sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
9. Teman-teman terbaik penulis Ayu Febriana, Siti Khairul Aini, Neti Rizmanisa Ramza, Nika Fitri Norjanah, Winny Viola Triyani, Agnes Sarumpaet, Muhammad Faturrohman, Mohamad Rohadi, Muhammad Zaidan Alam, Hanafi Nur Saputro, Rico Ramanda dan rekan-rekan seperjuangan Pendidikan Bisnis 2020 yang telah memberikan semangat, bantuan, dan kebersamaan selama masa studi dan skripsi.
10. Seluruh pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan semuanya, yang dengan tulus memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Terakhir, untuk diriku sendiri Aulia Pratiwi, terima kasih karena telah mampu berjuang dan bertahan sejauh ini, mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tidak memutuskan untuk menyerah sesulit apapun penulisan pada skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian awal yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan dan penyempurnaan karya ini di masa mendatang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Jakarta, 6 Januari 2025



Penulis



## DAFTAR ISI

COVER .....	I
ABSTRAK.....	II
<i>ABSTRACT</i> .....	III
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	IV
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....	V
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	VI
KATA PENGANTAR.....	VII
DAFTAR ISI .....	X
DAFTAR TABEL .....	XII
DAFTAR GAMBAR.....	XIV
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	13
1.3 Tujuan Penelitian .....	14
1.4 Manfaat Penelitian .....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	17
2.1 Teori Pendukung.....	17
2.1.1 <i>Signaling Theory</i> .....	17
2.1.2 Niat Beli.....	18
2.1.3 <i>Green Perceived Quality</i> .....	19
2.1.4 <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	20
2.1.5 <i>Green Trust</i> .....	22
2.1.6 Hasil Penelitian Terdahulu .....	24
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis .....	38
2.2.1 <i>Green Perceived Quality</i> terhadap <i>Green Trust</i> .....	38
2.2.2 <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap <i>Green Trust</i> .....	41
2.2.3 <i>Green Perceived Quality</i> terhadap Niat Beli .....	44
2.2.4 <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Niat Beli .....	46
2.2.5 <i>Green Trust</i> Terhadap Niat Beli .....	48
2.2.6 <i>Green perceived quality</i> terhadap niat beli melalui <i>green trust</i> .....	51

2.2.7	<i>Corporate social responsibility</i> terhadap niat beli melalui <i>green trust</i> .....	54
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....		60
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian .....	60
3.1.1	Waktu Penelitian.....	60
3.1.2	Tempat Penelitian .....	60
3.2	Desain Penelitian .....	61
3.3	Populasi dan Sampel .....	61
3.3.1	Populasi Penelitian .....	61
3.3.2	Sample Penelitian .....	61
3.4	Pengembangan Instrumen .....	64
3.4.1	<i>Green Perceived Quality</i> .....	64
3.4.2	<i>Corporate Social Responsibility</i> .....	66
3.4.3	<i>Green Trust</i> .....	68
3.4.4	Niat Beli.....	70
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	72
3.6	Teknik Analisis Data.....	73
3.6.1	Uji Validitas.....	73
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	75
3.6.3	Uji Hipotesis .....	76
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		78
4.1	Deskripsi Data.....	78
4.1.1	Profil Responden .....	78
4.1.2	Profile Data.....	82
4.2	Hasil Penelitian .....	95
4.2.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	95
4.2.2	Uji Kelayakan Model.....	99
4.2.3	Uji Hipotesis .....	103
4.3	Pembahasan.....	105
4.3.1	Pengaruh <i>green perceived quality</i> terhadap <i>green trust</i> pada konsumen produk Innisfree di Jabodetabek.....	105
4.3.2	Pengaruh <i>corporate social responsibility</i> terhadap <i>Green Trust</i> pada konsumen produk Innisfree di Jabodetabek. ....	106
4.3.3	Pengaruh <i>green perceived quality</i> terhadap niat beli pada konsumen produk Innisfree di Jabodetabek.....	108
4.3.4	Pengaruh <i>corporate social responsibility</i> terhadap niat beli pada konsumen produk Innisfree di Jabodetabek. ....	109
4.3.5	Pengaruh <i>green trust</i> terhadap niat beli pada konsumen produk	

Innisfree di Jabodetabek. ....	110
4.3.6 Pengaruh <i>green perceived quality</i> terhadap niat beli melalui <i>green trust</i> pada konsumen produk Innisfree di Jabodetabek. ....	111
4.3.7 Pengaruh <i>corporate social responsibility</i> terhadap niat beli melalui <i>green trust</i> pada konsumen produk Innisfree di Jabodetabek. ....	112
BAB V PENUTUP .....	114
5.1 Kesimpulan .....	114
5.2 Implikasi .....	117
5.1 Keterbatasan Penelitian.....	120
5.4 Rekomendasi Bagi Peneliti Selanjutnya .....	121
DAFTAR PUSTAKA.....	122
LAMPIRAN .....	130



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Matriks Hasil Penelitian Terdahulu .....	36
Tabel 3. 1 Operasional Variabel Green Perceived Quality .....	65
Tabel 3. 2 Operasional Variabel Corporate Social Responsibility .....	67
Tabel 3. 3 Operasional Variabel Green Trust .....	69
Tabel 3. 4 Operasional Variabel Niat Beli .....	71
Tabel 3. 5 Skala Penilaian Instrumen.....	73
Tabel 3. 6 Goodness of Fit Index .....	77
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia .....	79
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	80
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Domisili .....	80
Tabel 4.5 Data Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	81
Tabel 4.6 Jumlah Profil Responden Berdasarkan Pendapatan.....	81
Tabel 4.7 Data Analisis Deskriptif Variabel Niat Beli .....	82
Tabel 4.8 Data Analisis Deskriptif Variabel Green Perceived Quality .....	84
Tabel 4.9 Data Analisis Deskriptif Variabel Corporate Social Responsibility ...	88
Tabel 4.10 Data Analisis Deskriptif Variabel Green Trust.....	92
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....	96
Tabel 4.12 Nilai AVE dan CR .....	97
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas.....	98
Tabel 4.14 <i>Goodness of Fit Index</i> Sebelum Modifikasi.....	100

Tabel 4.15 <i>Goodness of Fit Index</i> Setelah Modifikasi.....	102
Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis.....	103
Tabel 4.17 Hasil Uji Hipotesis Mediasi Menggunakan Uji Sobel.....	105



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Daftar <i>Brand Skincare</i> Korea Terbaik Berdasarkan Penjualan terlaris di <i>official store</i> Tokopedia sepanjang bulan Agustus 2022. ....	2
Gambar 1.2 Data Top 7 Merek Masker Wajah Terlaris di Shopee & Tokopedia 2023.....	3
Gambar 1.3 <i>Process Of Bottle Reply</i> .....	5
Gambar 1.4 Gambar Produk <i>Hydrating Boosting Serum</i> Innisfree .....	6
Gambar 1.5 Update Jumlah Pohon yang Ditanam Oleh Innisfree Hingga Awal Juni 2020 .....	8
Gambar 1.6 Bukti Dokumentasi Program <i>Green Forest Campaign</i> di Vietnam Tahun 2020.....	9
Gambar 2.1 Model Kerangka Penelitian.....	58
Gambar 4.1 Model Pengukuran Sebelum Modifikasi.....	99
Gambar 4.2 Model Struktural Setelah Modifikasi.....	101



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	130
Lampiran 2 Data Uji Coba 50 Responden .....	138
Lampiran 3 Data Hasil Kuesioner Uji Coba 50 Responden .....	145
Lampiran 4 Hasil Uji Coba Validitas 50 Responden .....	151
Lampiran 5 Hasil Uji Coba Reliabilitas 50 Responden .....	153
Lampiran 6 Data Uji Final 350 Responden.....	154
Lampiran 7 Data Hasil Kuesioner Uji Final 350 Responden.....	166
Lampiran 8 Hasil Uji Final Validitas 350 Responden .....	199
Lampiran 9 Hasil Uji Final Reliabilitas 350 Responden .....	201
Lampiran 10 Hasil Uji Hipotesis dengan AMOS .....	202
Lampiran 11 Hasil Uji Hipotesis dengan SOBEL .....	203
Lampiran 12 Lembar Konsultasi Skripsi .....	204
Lampiran 13 Surat Persetujuan Sidang Skripsi.....	205
Lampiran 14 Saran Perbaikan Skripsi.....	206
Lampiran 15 Hasil Turnitin Skripsi .....	208
Lampiran 16 Riwayat Hidup Penulis .....	209