

**PENGARUH *KARMIC BELIEF, PERSONAL NORM* DAN
ATTITUDE TERHADAP *GREEN PURCHASE INTENTION*
PADA KONSUMEN GENERASI Z**

SKIRPSI



Nama : Cikal Bagus Pambudi

Nim : 43121010011

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2025

**PENGARUH KARMIC BELIEF, PERSONAL NORM DAN ATTITUDE
TERHADAP GREEN PURCHASE INTENTION PADA KONSUMEN
GENERASI Z**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Mercubuana Jakarta.



Cikal Bagus Pambudi

NIM : 43121010011

PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2025

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Cikal Bagus Pambudi

Nim : 43121010011

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni karya sendiri. Apabila saya mengutip hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindak plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar benarnya.

Jakarta, 25 September 2025



Cikal Bagus Pambudi

Nim: 43121010011

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA						
No.Dokumen	1-1-3.4.11.00		Distribusi				
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : CIKAL BAGUS PAMBUDI
NIM : 43121010011
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH KARMIC BELIEF, PERSONAL NORM DAN ATTITUDE TERHADAP GREEN PURCHASE INTENTION PADA KONSUMEN GENERASI Z
Hasil Pengecekan Turnitin : 27%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **27%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk mengajukan sidang tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 05 January 2026

Kepala Biro Perpustakaan



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk pendaftaran sidang Skripsi.

2026/Januari/05/0000000712/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Cikal Bagus Pambudi
NIM : 43121010011
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH KARMIC BELIEF, PERSONAL NORM DAN ATTITUDE
TERHADAP GREEN PURCHASE INTENTION PADA
KONSUMEN GENERASI Z
Tanggal Sidang : 22 Agustus 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing

Mas Wahyu Wibowo, MBA., Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA

Dudi Permana, Ph.D

LPTA-09255628



Scan QR or [click here](#)

to Verification

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Karmic Belief, Personal Norm dan Attitude terhadap Green Purchase Intention pada konsumen Generasi Z di Indonesia. Latar belakang penelitian ini didorong oleh permasalahan lingkungan yang semakin kritis, seperti peningkatan produksi sampah nasional sebesar 2–4% per tahun yang mencapai 68,5 juta ton pada 2022, serta polusi udara perkotaan yang menyumbang lebih dari 123.000 kematian prematur pada 2023. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei online di lima ibu kota provinsi di Pulau Jawa (Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta, dan Surabaya). Data diperoleh dari 230 responden Generasi Z berusia 17–23 tahun dan dianalisis dengan metode Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Karmic Belief berpengaruh signifikan terhadap Attitude ($\beta = 0,482$; $t = 8,317$; $p < 0,001$) dan Green Purchase Intention baik secara langsung maupun tidak langsung. Personal Norm juga memiliki pengaruh positif terhadap Attitude ($\beta = 0,436$; $t = 7,215$; $p < 0,001$) dan Attitude terbukti menjadi prediktor kuat terhadap Green Purchase Intention ($\beta = 0,529$; $t = 10,221$; $p < 0,001$). Model struktural menghasilkan nilai $R^2 = 0,67$ yang menunjukkan akurasi prediksi kuat, serta nilai Q^2 yang mengonfirmasi relevansi prediktif.

Secara teoritis, penelitian ini memperkaya literatur mengenai perilaku pembelian pro-lingkungan dengan mengintegrasikan nilai moral dan perspektif karma dalam model perilaku konsumen. Secara praktis, hasil penelitian merekomendasikan agar perusahaan dan pembuat kebijakan menekankan tanggung jawab moral, keyakinan spiritual, serta kesadaran lingkungan dalam strategi pemasaran berkelanjutan yang ditujukan kepada Generasi Z.

Kata Kunci: *Karmic Belief, Personal Norm, Attitude, Green Purchase Intention, Generasi Z*

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Karmic Belief and Personal Norm on Green Purchase Intention among Generation Z consumers in Indonesia, with Attitude as a mediating variable. The background to this research is driven by increasingly critical environmental issues, such as the 2–4% increase in national waste production per year, reaching 68.5 million tons by 2022, and urban air pollution contributing to more than 123,000 premature deaths by 2023. This study used a quantitative approach through an online survey in five provincial capitals on the island of Java (Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta, and Surabaya). Data were obtained from 230 Generation Z respondents aged 17–23 and analyzed using Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM).

The results show that Karmic Belief has a significant effect on Attitude ($\beta = 0.482$; $t = 8.317$; $p < 0.001$) and Green Purchase Intention, both directly and indirectly. Personal Norm also had a positive influence on Attitude ($\beta = 0.436$; $t = 7.215$; $p < 0.001$) and indirectly increased Green Purchase Intention through Attitude's mediation. Furthermore, Attitude proved to be a strong predictor of Green Purchase Intention ($\beta = 0.529$; $t = 10.221$; $p < 0.001$). The structural model yielded an R^2 value of 0.67, indicating strong predictive accuracy, and a Q^2 value confirmed its predictive relevance.

Theoretically, this study enriches the literature on pro-environmental purchasing behavior by integrating moral values and a karmic perspective into consumer behavior models. Practically, the results recommend that companies and policymakers emphasize moral responsibility, spiritual beliefs, and environmental awareness in sustainable marketing strategies aimed at Generation Z.

Keywords: *Karmic Belief, Personal Norm, Attitude, Green Purchase Intention, Generation Z*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum, Wr. Wb

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya yang telah memungkinkan saya menyelesaikan proposal skripsi saya yang berjudul **"PENGARUH *KARMIC BELIEF, PERSONAL NORM* DAN *ATTITUDE* TERHADAP *GREEN PURCHASE INTENTION* PADA KONSUMEN GENERASI Z "**

Untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas MERCU BUANA, proposal skripsi ini disusun sebagai langkah awal dalam penyusunan skripsi. Saya menyadari bahwa menyelesaikan proposal skripsi ini akan sangat sulit jika saya tidak menerima bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan banyak terimakasih khususnya kepada bapak Mas Wahyu Wibowo, MBA., Ph.D, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, motivasi, pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.

4. Semua dosen dari program studi Manajemen yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan yang sangat berharga selama masa perkuliahan.
5. Orang tua dan keluarga saya yang selalu mendukung saya secara moral dan materi selama proses penyusunan proposal skripsi ini.
6. Teman-teman yang telah memotivasi dan membantu saya menyelesaikan proposal skripsi ini
7. Semua pihak yang telah membantu dalam pembuatan proposal skripsi ini, yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Penulis sadar bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan kritik dan saran yang bermanfaat dari semua orang untuk membantu saya menyempurnakannya. Akhir kata, saya berharap proposal skripsi ini akan membantu kemajuan ilmu pengetahuan dan menjadi referensi untuk penelitian berikutnya.

Akhir kata penulis mengucapkan mohon maaf apabila ada kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Terima kasih

Kota Tangerang, 31 Juli 2025

Cikal Bagus Pambudi
43121010011

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kontribusi Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	9
A. Kajian Pustaka.....	9
1. <i>Norm Activation Model</i> (NAM).....	9
2. <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	10
3. <i>Karmic Belief</i>	11
4. <i>Personal Norm</i>	12
5. <i>Attitude</i>	14
6. <i>Green purchase intention</i>	15
B. Penelitian Terdahulu.....	17
C. Hipotesis.....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	24

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	24
B. Desain Penelitian.....	24
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	25
1. Variabel bebas (independent variable)	25
2. Variabel terikat (<i>Dependent variable</i>).....	26
D. Skala dan Pengukuran Variabel.....	28
E. Populasi dan Sampel.....	28
1. Populasi Penelitian.....	28
2. Sampel penelitian.....	29
E. Metode Pengumpulan Data	30
F. Metode Analisis Data	31
1. Analisis Deskriptif	31
2. Analisis <i>Partial Least Square</i>	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
A. Gambaran umum objek penelitian	37
B. Deskripsi responden	38
C. Hasil analisis data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	41
1. Evaluasi Measurement Model (Outer Model).....	41
2. Evaluasi Structural Model (Inner Model)	46
D. Pembahasan hasil penelitian	49
1. Pengaruh Karmic Belief terhadap Attitude	49
2. Pengaruh <i>Personal Norm</i> terhadap Attitude.....	50
3. Pengaruh Attitude terhadap Green Purchase Intention	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	53
A. Kesimpulan	53
B. Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data kemenkes	3
Gambar 2. 1 Representasi grafis dari Norm Activation Model.....	10
Gambar 2. 2 Theory of Planned Behavior (TPB)	11
Gambar 2. 3 Kerangka Konseptual	22
Gambar 3. 1 Sampel Penelitian.....	30
Gambar 4. 1 Gambar Hasil Algorithm PLS	42



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Hasil Pra-survey.....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	27
Tabel 3. 2 Skala <i>Likert</i>	28
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	38
Tabel 4. 2 Umur Responden.....	38
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden	39
Tabel 4. 4 Domisili Responden	40
Tabel 4. 5 Hasil Uji Factor Loading.....	42
Tabel 4. 6 Hasil Uji Composite Reliability	43
Tabel 4. 7 Hasil Uji Convergent Validity (AVE).....	44
Tabel 4. 8 Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion).....	44
Tabel 4. 9 Hasil uji Collinearity Statistic (VIF)	45
Tabel 4. 10 hasil Uji Model Fit	46
Tabel 4. 11 Hasil Uji R-Square (R^2).....	46
Tabel 4. 12 Hasil Uji f^2 (Effect size)	47
Tabel 4. 13 Hasil Uji Q-square predict.....	48