

**PENGARUH *SOCIAL FACTOR* DAN *GREEN AWARENESS*
TERHADAP *PURCHASE DECISION GREEN PRODUCT*
DENGAN *GREEN ATTITUDE* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi pada Konsumen Innisfree di DKJ Jakarta)**

SKRIPSI



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Nama : Alvi Prapita Sary

NIM : 43119110131

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

**PENGARUH *SOCIAL FACTOR* DAN *GREEN AWARENESS*
TERHADAP *PURCHASE DECISION GREEN PRODUCT*
DENGAN *GREEN ATTITUDE* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi pada Konsumen Innisfree di DKJ Jakarta)**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Alvi Prapita Sary

NIM : 4311911131

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alvi Prapita Sary

NIM : 43119110131

Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 22 Februari 2025



Alvi Prapita Sary

43119110131

 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 : ALVI PRAPITA SARY
NIM : 43119110131
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH SOCIAL FACTOR DAN GREEN AWARENESS TERHADAP PURCHASE DECISION GREEN PRODUCT ENGAN GREEN ATTITUDE SEBAGAI VARIABEL MEDIA(Studi pada Konsumen Innisfree di DKJ Jakarta)
Hasil Pengecekan Turnitin : 27%

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

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 11 February 2026
Kepala Biro Perpustakaan



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk penyerahan tugas akhir.

2025/Juli/03/0000000161/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Alvi Prapita Sary

NIM : 43119110131

Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi : PENGARUH SOSIAL FACTOR DAN GREEN AWARENESS TERHADAP PURCHASE DECISION GREEN PRODUCT DENGAN GREEN ATTITUDE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Study pada Konsumen Innisfree di DKJ Jakarta)

Tanggal Sidang : 12 Maret 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dudi Permana, Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA-03254970



Scan QR or [click here](#) to
Verification

ABSTRAK

Bisnis tertentu telah menerapkan strategi pemasaran ramah lingkungan, dan salah satu perusahaan tersebut adalah Innisfree, yang melakukannya melalui kampanye ramah lingkungan. Sampah plastik menjadi limbah paling banyak dibandingkan jenis sampah lainnya. Salah satunya berasal dari kemasan produk sekali pakai. Permasalahan sampah plastik yang jumlahnya semakin banyak ini tentu saja berkaitan pula dengan industri kecantikan yang melahirkan banyak kemasan sekali pakai. Penelitian ini untuk menguji pengaruh *social factor* dan *green awareness* terhadap *purchase decision* melalui *green attitude* sebagai variabel mediasi pada *green* produk. Subjek penelitian ini adalah konsumen Innisfree yang minimal melakukan sekali pembelian. Penelitian ini dilakukan terhadap 150 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan alat analisis *Smart-PLS*. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel *social factor* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *green attitude*, *green awareness* berpengaruh positif signifikan terhadap *green attitude*, *social factor* berpengaruh positif signifikan terhadap *purchase decision*, *green awareness* berpengaruh positif signifikan terhadap *purchase decision*, *green attitude* berpengaruh positif signifikan terhadap *purchase decision*, *green attitude* sebagai mediasi mampu mempengaruhi *social factor* terhadap *purchase decision* dan *green attitude* sebagai mediasi mampu mempengaruhi *green awareness* terhadap *purchase decision* pada konsumen Innisfree.

Kata Kunci: *Social Factor, Green Awareness, Green Attitude, Purchase Decision*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

Certain businesses have implemented eco-friendly marketing strategies, and one such company is Innisfree, which does so through an eco-friendly campaign. Plastic waste is the most waste compared to other types of waste. One of them comes from single-use product packaging. The problem of increasing plastic waste is of course also related to the beauty industry which produces a lot of single-use packaging. This research is to test the influence of social factors and green awareness on purchase decisions through green attitude as a mediating variable in green products. The subjects of this research are Innisfree consumers who have made at least one purchase. This research was conducted on 150 respondents using a quantitative descriptive approach. The approach used in this research is the Structural Equation Model (SEM) with the Smart-PLS analysis tool. The results of this research state that social factor variables have a positive and significant effect on green attitude, green awareness has a significant positive effect on green attitude, social factors have a significant positive effect on purchase decisions, green awareness has a significant positive effect on purchase decisions, green attitude has a significant positive effect on purchase decisions, green attitude as mediation is able to influence social factors on purchase decisions and green attitude as mediation is able to influence green awareness on purchase decisions in Innisfree consumers.

Keywords: Social Factor, Green Awareness, Green Attitude, Purchase Decision



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunia yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Social Factor* dan *Green Awareness* Terhadap *Purchase Decision Green Product* dengan *Green Attitude* Sebagai variabel mediasi (Studi pada Konsumen Innisfree di DKJ Jakarta)”**. Penulisan skripsi ini disusun untuk melengkapi tugas akhir dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi pada fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Dudi Permana, Ph.D selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, serta waktu luang selama bimbingan semangat, pengetahuan dan nasihat-nasihat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis demi terselesaikannya skripsi penelitian ini. penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ir. 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. Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Terima kasih kepada kedua Orang Tua saya tercinta dengan kasih sayang yang tak terhingga dan *support* yang tiada henti dalam memberikan do'a dan motivasi yang telah diberikan selama ini.
5. Terima Kasih kepada dosen-dosen Pengajar dan juga Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang sangat baik dalam memberikan pengetahuan dan membantu melayani para mahasiswa.
6. Seluruh Teman-teman Manajemen S1 FEB Universitas Mercu Buana angkatan 2019 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 22 Februari 2025



Alvi Prapita Sary

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
SURAT KETERRANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Kontribusi Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	15
A. Kajian Pustaka	15
1. <i>Theory of Planned Behavior</i>	15
2. <i>Purchase Decision</i>	16
3. <i>Green Attitude</i>	19
4. <i>Social Factor</i>	19
5. <i>Green Awareness</i>	20
6. Penelitian Terdahulu	21
B. Pengembangan Hipotesis	24
C. Kerangka Konseptual	30
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Waktu dan Tempat Penelitian	33

B. Desain Penelitian	33
C. Definisi dan Operasional Variabel	34
1. Definisi Variabel	34
2. Operasional Variabel	35
D. Skala Pengukuran Variabel	36
E. Populasi dan Sampel Penelitian	37
1. Populasi	37
2. Sampel	37
F. Metode Pengumpulan Data	38
G. Metode Analisis Data	40
1. Analisis Deskriptif	40
2. PLS (<i>Partial Least Square</i>)	41
3. Uji Hipotesis	46
4. Analisis SEM dengan Efek Mediasi	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	51
B. Analisis Deskriptif	51
1. Karakteristik Responden	51
2. Deskriptif Jawaban Responden	54
C. Hasil Uji Kualitas Data	59
1. Evaluasi <i>Measurement (Outer Model)</i>	59
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	63
D. Pembahasan Hasil Penelitian	68
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	74
A. Simpulan	74
B. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	85

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1. 1.	Presentase Pengurangan Penggunaan Plastik Murni dalam Kemasan Innisfree pada tahun 2021-2022	6
1. 2.	Data Penjualan PT Amore Pasific Tahun 2020-2021	7
1. 3.	Pernyataan Pada Pra-Survey	9
1. 4.	Hasil Pra Survey	11
2. 1.	Penelitian Terdahulu	22
3. 1.	Operasional Variabel	35
3. 2.	Lima Tingkatan Jawaban dengan Skala Likert	36
3. 3.	Rule of Thumb Validitas Outer Model Reflektif	42
3. 4.	Rule of Thumb Realibilitas Outer Model Reflektif	43
3. 5.	Ringkasan Kriteria Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	48
4. 1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4. 2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
4. 3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	53
4. 4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	53
4. 5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	54
4. 6.	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Social Factor	55
4. 7.	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Green Awareness	56
4. 8.	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Green Attitude	57
4. 9.	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Purchase Decision	58
4. 10.	Hasil Pengujian Convergent Validity	59
4. 11.	Hasil Pengujian Discriminant Validity (Cross loadings)	61
4. 12.	Hasil Pengujian AVE	61
4. 13.	Hasil Pengujian Discriminant Validity (Fornell Lacker Criterium)	62

4. 14.	Hasil Pengujian Discriminant Validity (Heterotrait-Monotrait Ratio)	62
4. 15.	Hasil Pengujian Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	63
4. 16.	Hasil Pengujian Multikolinearitas (Inner VIF Model)	64
4. 17.	Nilai R ² Variabel Endogen	64
4. 18.	Hasil Pengujian f-Square	65
4. 19.	Hasil Pengujian Redudansi Validasi-Silang Konstruksi (Q-Square)	66
4. 20.	Hasil Pengujian Hipotesis	67



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1. 1.	Data Peningkatan Limbah Kemasan Secarfa Global	4
1. 2.	Presentase Perluasan Penerapan Bioplastik dan Plastik Daur Ulang Innisfree	5
2. 1.	Perilaku Konsumen Dalam Mengambil Keputusan Pembelian	17
2. 2.	Kerangka Konseptual	31
4. 1.	Hasil Algoritma PLS	60
4. 2.	Hasil Uji Bootstrapping	68



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1.	Kusioner Penelitian	85
2.	HASIL REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN	88
3.	HASIL OLAH DATA PLS	104

