



**PENGARUH *GREEN AWARENESS*, *GREEN PACKAGING* DAN  
*GREEN TRUST* TERHADAP *GREEN PURCHASE INTENTION*  
PADA THE BODY SHOP  
(STUDI PADA GENERASI Z DI JAKARTA BARAT)**



**TUGAS AKHIR  
SKRIPSI**

UNIVERSITAS  
Nama : Farsya Azka Putri

NIM : 43122010038

MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2026**



**PENGARUH *GREEN AWARENESS*, *GREEN PACKAGING* DAN  
*GREEN TRUST* TERHADAP *GREEN PURCHASE INTENTION*  
PADA THE BODY SHOP  
(STUDI PADA GENERASI Z DI JAKARTA BARAT)**



**TUGAS AKHIR  
SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana**

**MERCU BUANA**

Nama : Farsya Azka Putri

NIM : 43122010038

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2026**

## HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Farsya Azka Putri

NIM : 43122010038

Fakultas/Program Studi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“Pengaruh Green Awareness, Green Packaging, dan Green Trust Terhadap Green Purchase Intention Pada The Body Shop (Studi Pada Generasi Z di Jakarta Barat)” adalah hasil karya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 02 Maret 2026



Farsya Azka Putri  
NIM 43122010038

## SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

	<b>BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA</b>	
---	--	---

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

## SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

**Nama** : FARSYA AZKA PUTRI  
**NIM** : 43122010038  
**Fakultas / Program Studi** : FEB / Manajemen  
**Jenis** : Skripsi  
**Judul Tugas Akhir** : PENGARUH GREEN AWARENESS, GREEN PACKAGING, DAN GREEN TRUST TERHADAP GREEN PURCHASE INTENTION PADA THE BODY SHOP (STUDI PADA GENERASI Z DI JAKARTA BARAT)  
**Hasil Pengecekan Turnitin** : 29%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **29%** 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, 06 February 2026  
Kepala Biro Perpustakaan



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

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

2026/Februari/06/0000000771/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Farsya Azka Putri

NIM : 43122010038

Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Green Awareness, Green Packaging, dan Green Trust terhadap Green Purchase Intention pada The Body Shop (Studi pada Generasi Z di Jakarta Barat)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 27 Februari 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Adi Nurmahdi, MBA  
NIDN/NUPTK: 0305096602

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi S1 Manajemen

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



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

NIDN/NUPTK: 0307036901

Dudi Permana, Ph.D

NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-03266111



Scan QR or click here to  
Verification

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas seluruh rahmat, anugerah, serta karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Green Awareness*, *Green Packaging*, dan *Green Trust* terhadap *Green Purchase Intention* pada The Body Shop”. Tidak sedikit kendala serta rintangan yang harus dihadapi oleh peneliti selama masa penyusunan skripsi ini, namun dengan dukungan dari berbagai pihak, baik secara dukungan materil, maupun secara dukungan non-materil, sehingga penelitian skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu. Atas dukungan yang membuat peneliti dapat terus bersemangat dalam menulis skripsi ini, pribadi diri peneliti ingin berterima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Prof Dr. Andi Andriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, SE., Ak., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Assoc. Prof. Dudi Permana, Ph.D, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Adi Nurmahdi, MBA, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Bapak Dr. M.Ali Iqbal, M.Sc., selaku dosen penelaah proposal skripsi, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan skripsi ini.
6. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Aamiin.
7. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.

8. Teristimewa, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua tercinta atas doa yang tidak pernah putus, kasih sayang yang tulus, serta dukungan moril maupun materiil selama perjalanan perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
9. Terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada SGC (Adlina, Zahra, Deandra, Dinda, dan Najma) yang telah kebersamai penulis sejak masa SMP hingga saat ini. Terima kasih atas kebersamaan yang panjang, dukungan tanpa henti, serta kesediaan untuk selalu hadir dalam setiap proses dan perjuangan yang dilalui penulis.
10. Terima kasih kepada Basdom yang telah menjadi bagian dari perjalanan penulis selama masa perkuliahan.
11. Terakhir, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada diri sendiri yang telah bertahan, berproses, dan berusaha menyelesaikan setiap tahapan perkuliahan hingga skripsi ini dapat diselesaikan. Terima kasih karena tetap melangkah meskipun tidak selalu mudah, serta memilih untuk tidak menyerah di tengah berbagai tantangan yang dihadapi.

Terlepas dari segala usaha yang telah dilakukan peneliti dalam penyelesaian skripsi ini, peneliti menyadari bahwa tidak luput dari kesalahan dan masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran dan kritik yang membangun agar mampu meningkatkan kualitas skripsi ini. Akhir kata, peneliti berharap semoga penelitian ini bermanfaat bagi pembaca dan seluruh pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 02 Maret 2026



Farsya Azka Putri

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Farsya Azka Putri  
NIM : 43122010038  
Fakultas/Program Studi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen  
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Green Awareness, Green Pacakaging, dan Green Trust Terhadap Green Purchase Intention Pada The Body Shop (Studi Pada Generasi Z di Jakarta Barat)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS Jakarta, 02 Maret 2026  
MERCU BUANA Yang menyatakan,



Farsya Azka Putri  
NIM 43122010038

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Green Awareness*, *Green Packaging*, dan *Green Trust*, Terhadap *Green Purchase Intention* Pada The Body Shop (Studi Pada Generasi Z di Jakarta Barat). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner online yang disebarakan kepada konsumen Generasi Z yang mengetahui dan memiliki niat untuk membeli produk The Body Shop serta berdomisili di wilayah Jakarta Barat. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden, dengan kriteria responden berusia 17-28 tahun yang ditentukan menggunakan metode *purposive sampling*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) melalui *software* SmatPLS. Hasil yang diharapkan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Green Awareness*, *Green Packaging*, dan *Green Trust*, terhadap *Green Purchase Intention*. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dalam menjadi referensi dan sumbangan pemikiran bagi pembaca, mahasiswa/i, kalangan akademis, serta peneliti lainnya dalam melakukan penelitian selanjutnya, khususnya mengenai *green awareness*, *green packaging*, dan *green trust* dalam konteks niat beli produk *skincare*, serta kontribusi praktis bagi The Body Shop dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran dan berkelanjutan.

**Kata Kunci:** *Green Awareness*, *Green Packaging*, *Green Trust*, *Green Purchase Intention*, The Body Shop

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## **ABSTRACT**

*This study aims to examine the influence of Green Awareness, Green Packaging, and Green Trust on Green Purchase Intention The Body Shop (Study among Generation Z in West Jakarta). A quantitative approach was employed, using an online questionnaire distributed to Generation Z consumers who are aware of and intend to purchase The Body Shop products, and who reside in West Jakarta. The sample consisted of 100 respondents aged 17–28 years, selected through purposive sampling. Data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) with SmartPLS software. The findings of this study are expected to reveal the extent to which Green Awareness, Green Packaging, and Green Trust influence Green Purchase Intention. Theoretically, this research contributes to the literature as a reference for students, academics, and future researchers, particularly regarding sustainable consumer behavior in the skincare industry. Practically, the results may assist The Body Shop in formulating more targeted and sustainable marketing strategies.*

**Keywords:** *Green Awareness, Green Packaging, Green Trust, Green Purchase Intention, The Body Shop*



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	0
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....	ii
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB .....	vii
ABSTRAK .....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah .....	20
C. Tujuan Penelitian.....	20
D. Kontribusi Penelitian.....	21
1. Kontribusi Praktis .....	21
2. Kontribusi Teoritis .....	21
<b>BAB II</b> .....	<b>22</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	<b>22</b>
A. Kajian Pustaka.....	22
1. <i>Theory of Planned Behavior</i> .....	22
2. Manajemen Pemasaran.....	23
a. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	23
b. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	26

c. Tujuan Manajemen Pemasaran .....	27
3. <i>Sustainable Development Goals</i> (SDGs) .....	30
a. Pengertian SDG .....	30
b. Keterkaitan Penelitian dengan SDGs .....	30
4. Perilaku Konsumen .....	31
a. Pengertian Perilaku Konsumen .....	31
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	34
5. <i>Green Awareness</i> .....	36
a. Pengertian <i>Green Awareness</i> .....	36
b. Dimensi dan Indikator <i>Green Awareness</i> .....	37
6. <i>Green Packaging</i> .....	38
a. Pengertian <i>Green Packaging</i> .....	38
b. Prinsip <i>Green Packaging</i> .....	39
c. Indikator <i>Green Packaging</i> .....	40
7. <i>Green Trust</i> .....	41
a. Pengertian <i>Green Trust</i> .....	41
b. Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Green Trust</i> .....	43
c. Dimensi <i>Green Trust</i> .....	44
d. Indikator <i>Green Trust</i> .....	46
8. <i>Green Purchase Intention</i> .....	47
a. Pengertian <i>Green Purchase Intention</i> .....	47
b. Dimensi <i>Green Purchase Intention</i> .....	48
c. Indikator <i>Green Purchase Intention</i> .....	49
9. Penelitian Terdahulu .....	49
B. Pengembangan Hipotesis.....	60
1. Hubungan antara <i>Green Awareness</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i> .....	60
2. Hubungan antara <i>Green Packaging</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i> .....	61
3. Hubungan antara <i>Green Trust</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i> .....	62

C. Kerangka Konseptual .....	64
<b>BAB III.....</b>	<b>65</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>65</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	65
B. Desain Penelitian .....	65
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....	66
1. Definisi Variabel Penelitian .....	66
a. Variabel Bebas ( <i>Independent Variable</i> ) .....	66
b. Variabel Terikat ( <i>Dependen Variable</i> ).....	67
2. Operasionalisasi Variabel.....	67
D. Skala Pengukuran Variabel.....	69
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	70
1. Populasi Penelitian.....	70
2. Sampel Penelitian.....	71
F. Metode Pengumpulan Data.....	72
G. Metode Analisis Data .....	73
1. Analisis Deskriptif .....	73
a. Deskripsi Responden.....	73
b. Deskripsi Variabel.....	74
2. Uji Instrumen .....	74
3. Analisis <i>Structural Equation Model</i> (SEM).....	74
a. Pengertian Partial Least Square (PLS).....	75
b. Menguji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	76
c. Menguji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	77
<b>BAB IV .....</b>	<b>81</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>81</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	81
B. Statistik Deskriptif.....	82
1. Deskripsi Responden.....	82
2. Deskripsi Variabel.....	87
C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS) .....	94

1. Evaluasi Hasil Pengujian <i>Outer Model</i> .....	94
2. Evaluasi Hasil Uji <i>Inner Model</i> .....	103
3. Hasil Uji Hipotesis .....	106
4. Pembahasan Hasil Penelitian .....	108
<b>BAB V</b> .....	<b>112</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>112</b>
A. Kesimpulan .....	112
B. Saran .....	113
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>117</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>124</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pra Survei Penelitian.....	16
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	49
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....	67
Tabel 3.2 Pengukuran Skala Likert.....	70
Tabel 4.1 Berdomisili Jakarta Barat.....	83
Tabel 4.2 Termasuk dalam Generasi Z .....	83
Tabel 4.3 Mengetahui Tentang The Body Shop .....	84
Tabel 4.4 Jenis Kelamin.....	84
Tabel 4.5 Usia .....	85
Tabel 4.6 Status Pekerjaan .....	85
Tabel 4.7 Pendapatan .....	86
Tabel 4.8 Deskripsi Responden Terhadap Variabel <i>Green Awareness</i> .....	87
Tabel 4.9 Deskripsi Responden Terhadap Variabel <i>Green Packaging</i> .....	89
Tabel 4. 10 Deskripsi Responden Terhadap Variabel <i>Green Trust</i> .....	90
Tabel 4.11 Deskripsi Responden Terhadap Variabel <i>Green Purchase Intention</i> .	92
Tabel 4.12 Hasil Pengujian <i>Outer Loading</i> .....	95
Tabel 4.13 Hasil Pengujian <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> .....	96
Tabel 4.14 Hasil Oengujian <i>Convergent Validity</i> (AVE) .....	97
Tabel 4.15 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (Cross Loading) .....	98
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Fornell Larcker .....	100
Tabel 4.17 Hasil Pengujian <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> (HTMT).....	101
Tabel 4.18 Uji Inner Model Multikolinearitas (VIF).....	102
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Nilai <i>R-Square</i> ( $R^2$ ).....	103
Tabel 4.20 Hasil Pengujian <i>Effective Size</i> ( $F^2$ ).....	104
Tabel 4.21 Hasil Uji Nilai <i>Q-Square</i> .....	105
Tabel 4.22 Hasil Uji Nilai Model Fit (SRMR) .....	105
Tabel 4.23 Hasil Pengujian Hipotesis .....	107

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Penduduk Indonesia Berdasarkan Generasi .....	2
Gambar 1.2 Perbandingan Tingkat Pentingnya Faktor-faktor dalam Keputusan Pembelian antar Generasi.....	3
Gambar 1.3 Bentuk Kepedulian Konsumen Muda Pada Lingkungan .....	4
Gambar 1.4 Data Penjualan Brand.....	6
Gambar 1.5 Negara Penghasil Sampah Terbanyak.....	8
Gambar 1.6 Proyeksi Timbulan Sampah dan Sampah Plastik di Indonesia .....	10
Gambar 1.7 Model Ekonomi Sirkular .....	12
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	64
Gambar 4.1 Hasil Algoritma PLS.....	95
Gambar 4.2 Hasil Bootstrapping.....	106



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner .....	124
Lampiran 2. Screening Question.....	125
Lampiran 3. Deskripsi Responden .....	125
Lampiran 4. Kuisisioner Penelitian .....	126
Lampiran 5. Jawaban Kuisisioner.....	129



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA