



**PENGARUH *GREEN AWARENESS*, *GREEN PRODUCT* DAN
GREEN TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA *BRAND SKINCARE NPURE* (Studi pada
Konsumen *Skincare NPURE* di Jakarta Barat)**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama: ERA APRILIKA

Nim : 43122010148

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

2026



**PENGARUH *GREEN AWARENESS*, *GREEN PRODUCT* DAN
GREEN TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA *BRAND SKINCARE NPURE* (Studi pada
Konsumen *Skincare NPURE* di Jakarta Barat)**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

ERA APRILIKA

43122010148

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

2026

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Era Aprilika

Nim : 43122010148

Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:
“PENGARUH *GREEN AWARENESS*, *GREEN PRODUCT* DAN *GREEN TRUST*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA *BRAND SKINCARE NPURE* (Studi pada Konsumen *Skincare NPURE* di Jakarta Barat)”
adalah hasil karya saya 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 saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 19 Juni 2026



Era Aprilika
Nim 43122010148

	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 : ERA APRILIKA
NIM : 43122010148
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH GREEN AWARENESS, GREEN PRODUCT DAN GREEN TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA BRAND SKINCARE NPURE (Studi pada Konsumen Skincare NPURE di Jakarta Barat)
Hasil Pengecekan Turnitin : 26%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **26%** 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.

Jakarta, 03 August 2026

Kepala Biro Perpustakaan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

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

2026/Agustus/03/0000001157/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Era Aprilika
NIM : 43122010148
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : PENGARUH *GREEN AWARENESS*, *GREEN PRODUCT* DAN *GREEN TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA *BRAND SKINCARE* NPURE (Studi pada Konsumen *Skincare* NPURE di Jakarta Barat)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 19 Juni 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



Yennida Parmariza, S.Sos., M.M
NIDN/NUPTK: 0310048001

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA
NIDN/NUPTK: 0307036901



Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK:1018037701

LPTA-07266425



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

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul " Pengaruh *Green Awareness, Green Product* Dan *Green Trust* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada *brand Skincare* NPURE (Studi pada Konsumen *Skincare* NPURE di Jakarta Barat)".

Peneliti menyadari dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan ilmu pengetahuan secara pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan Ibu Yennida Parmariza, S.Sos., MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya proposal skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada 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, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh Dosen dan Staff di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan seluruh ilmu dan pengetahuan yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami.

5. Kepada saudara, teman, dan kerabat penulis AADEN, Tara, Cira, Nabillah, Habib. Yang mendukung dalam kebaikan, kebersamaan setiap langkah yang dilalui dan saling memberikan motivasi dalam mengingatkan semangat serta kemudahan untuk menyelesaikan proposal ini.

6. Teristimewa saya persembahkan rasa hormat dan cinta yang mendalam kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Padi dan Ibu Subsati, yang selalu memberikan semangat, doa, serta dukungan moral dan material yang tiada henti. Keteladanan dan kerja keras mereka menjadi sumber inspirasi bagi saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Meskipun keduanya tidak memiliki kesempatan untuk merasakan duduk di bangku perkuliahan, mereka berjuang tanpa lelah demi memberikan kesempatan pendidikan yang lebih baik bagi putri sulung mereka, agar dapat tumbuh menjadi wanita yang semakin mandiri, kuat, dan berdaya, serta menjadi teladan yang baik bagi adik tercinta, Aurelia Naurah Zafa Rani, yang selalu menjadi penyemangat terbaik.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam proposal ini. Akhir kata, semoga proposal ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama : ERA APRILIKA
NIM : 43122010148
Fakultas/Program Studi : MANAJEMEN
Judul Tugas Akhir : PENGARUH GREEN AWARENESS, GREEN PRODUCT DAN GREEN TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA BRAND SKINCARE NPURE (Studi pada Konsumen Skincare NPURE 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.

Jakarta, 03 Agustus 2026

Yang menyatakan,



ERA APRILIKA

PENGARUH *GREEN AWARENESS*, *GREEN PRODUCT* DAN *GREEN TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA *BRAND SKINCARE NPURE* (Studi pada Konsumen *Skincare NPURE* di Jakarta Barat)

ERA APRILIKA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Pengaruh *Green Awareness*, *Green Product* dan *Green Trust* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan NPURE (Studi pada Konsumen NPURE di Jakarta Barat). Metode ini adalah menerapkan pendekatan kuantitatif dengan mengambil sampel penelitian 150 responden pelanggan produk kecantikan NPURE di Jakarta Barat yang ditentukan metode pengambilan teknik *non-probability sampling* dengan menerapkan *purposive sampling* dan *incidental sampling*. Kriteria responden meliputi konsumen yang berdomisili di Jakarta Barat dan pernah membeli produk kecantikan NPURE di beberapa toko kecantikan. Pengumpulan responden dilakukan secara *incidental*, yaitu terhadap konsumen yang ditemui secara kebetulan dan bersedia mengisi kuesioner. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala Likert sebagai instrumen penelitian. Metode analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Green Awareness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kecantikan NPURE (Studi pada Konsumen NPURE di Jakarta Barat). Sebaliknya, *Green Product* memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (Studi pada Konsumen NPURE di Jakarta Barat). Kemudian *Green Trust* menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Studi pada Konsumen NPURE di Jakarta Barat).

Kata kunci: *Green Awareness*; *Green Product*; *Green Trust*; Keputusan Pembelian.

PENGARUH GREEN AWARENESS, GREEN PRODUCT DAN GREEN TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA BRAND SKINCARE NPURE (Studi pada Konsumen Skincare NPURE di Jakarta Barat)

ERA APRILIKA

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the influence of Green Awareness, Green Product, and Green Trust on the purchasing decisions for NPURE beauty products (a study of NPURE consumers in West Jakarta). A quantitative research method was employed, with a sample of 150 NPURE beauty product consumers in West Jakarta selected via non-probability sampling—specifically, a combination of purposive and incidental sampling approaches. Respondent criteria included consumers residing in West Jakarta who had previously purchased NPURE beauty products from beauty stores. Respondents were recruited incidentally—meaning consumers were approached by chance and agreed to complete the questionnaire. Data were collected using a questionnaire utilizing a Likert scale as the research instrument. The data analysis method employed was Partial Least Squares Structural Equation Modeling (SEM-PLS) using SmartPLS 4.0 software. The results indicate that Green Awareness has a positive and significant influence on purchasing decisions for NPURE beauty products (among NPURE consumers in West Jakarta). Conversely, Green Product has a positive but insignificant influence on purchasing decisions (among NPURE consumers in West Jakarta). Finally, Green Trust demonstrates a positive and significant influence on purchasing decisions (among NPURE consumers in West Jakarta).

Keywords: *Green Awareness; Green Product; Green Trust; Consumer Purchasing Decisions.*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	0
HALAMAN JUDUL	i
SURAT 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
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Kontribusi Penelitian	14
1.4.1 Kontribusi Teoritis:	14
1.4.2 Kontribusi Praktis:	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	15
2.1 Kajian Pustaka	15
2.1.1 Manajemen Pemasaran	15
2.1.2 Perilaku Konsumen	16
2.1.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen	16
2.1.3 Keputusan Pembelian	17
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian	17
2.1.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	18

2.1.3.3 Indikator Keputusan Pembelian	20
2.1.4 <i>Green Awareness</i>	20
2.1.4.1 Pengertian <i>Green Awareness</i>	20
2.1.4.2 Indikator <i>Green Awareness</i>	21
2.1.5 <i>Green Product</i>	21
2.1.5.1 Pengertian <i>Green Product</i>	21
2.1.5.2 Indikator <i>Green Product</i>	22
2.1.6 <i>Green Trust</i>	22
2.1.6.1 Pengertian <i>Green trust</i>	22
2.1.6.2 Indikator <i>Green Trust</i>	22
2.1.7 Penelitian Terdahulu.....	23
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	27
2.2.1 Pengaruh <i>Green Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.2.2 Pengaruh <i>Green Produk</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.2.3 Pengaruh <i>Green Trust</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.3 Rerangka Konseptual.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	31
3.2 Desain Penelitian.....	31
3.3 Definisi dan Operasional Variabel.....	31
3.3.1 Definisi Variabel	31
3.3.1.1 Variabel Independen.....	32
3.3.1.2 Variabel Dependen	34
3.3.2 Operasional Variabel.....	34
3.4 Skala Pengukuran Variabel.....	35
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian.....	35
3.5.1 Populasi	35
3.5.2 Sampel	36
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	37
3.7 Metode Analisis Data	37
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	38

3.7.2 Uji Instrumen.....	39
3.7.3 PLS (<i>Partial Least Square</i>)	39
3.7.3.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	40
3.7.3.2 Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	41
3.7.3.3 Hasil Pengujian Hipotesis.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	43
4.2 Statistik Deskriptif	44
4.2.1 Deskripsi Data Responden	44
4.2.1.1 Karakteristik responden menurut jenis kelamin	44
4.2.1.2 Karakteristik responden menurut usia	45
4.2.1.3 Karakteristik responden menurut pendidikan terakhir	45
4.2.1.4 Karakteristik responden menurut pekerjaan	46
4.2.1.5 Karakteristik responden menurut pengeluaran untuk pembelian <i>skincare</i> per bulan	47
4.2.1.6 Karakteristik responden menurut durasi penggunaan produk NPURE.....	48
4.2.2 Deskripsi Variabel	49
4.2.2.1 Deskripsi variabel <i>Green Awareness</i> (X1).....	49
4.2.2.2 Deskripsi variabel <i>Green Product</i> (X2)	50
4.2.2.3 Deskripsi variabel <i>Green Trust</i> (X3).....	51
4.2.2.4 Deskripsi variabel Keputusan Pembelian (Y)	52
4.3 Analisis Data.....	52
4.3.1 Hasil Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	52
4.3.1.1 <i>Convergent Validity</i>	53
4.3.1.2 <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	57
4.3.2 Hasil Pengukuran Model Struktural/Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	58
4.3.2.1 Nilai <i>R-Square</i>	58
4.3.2.2 Nilai <i>F-Square</i>	59
4.3.2.3 Nilai <i>Q-Square</i>	60
4.3.2.4 Hasil Uji Hipotesis	60

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	62
4.4.1 Pengaruh <i>Green Awareness</i> terhadap keputusan pembelian	62
4.4.2 Pengaruh <i>Green Product</i> terhadap keputusan pembelian.....	63
4.4.3 Pengaruh <i>Green Trust</i> terhadap keputusan pembelian	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran.....	65
5.2.1 Bagi Perusahaan (NPURE):.....	65
5.2.2 Saran Praktis	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	75



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1. 1	10+ Brand Skincare Lokal yang Peduli Lingkungan & Hutan Indonesia 2022.....	7
Tabel 1. 2	Hasil Pra Survei	12
Tabel 2. 1	Peneliti Terdahulu	23
Tabel 3. 1	Operasional Variabel Penelitian.....	34
Tabel 3. 2	Skala Likert	35
Tabel 4. 1	Jenis Kelamin Responden	44
Tabel 4. 2	Usia Responden.....	45
Tabel 4. 3	Pendidikan Terakhir Responden	45
Tabel 4. 4	Pekerjaan Responden	46
Tabel 4. 5	Pengeluaran untuk pembelian skincare per bulan Responden	47
Tabel 4. 6	Durasi penggunaan produk NPURE Responden	48
Tabel 4. 7	Statistik deskriptif variabel green awareness	49
Tabel 4. 8	Statistik deskriptif variabel green product	50
Tabel 4. 9	Statistik deskriptif variabel green trust	51
Tabel 4. 10	Statistik deskriptif variabel keputusan pembelian	52
Tabel 4. 11	Hasil Pengujian Convergent Validity	53
Tabel 4. 12	Hasil Pengujian Discriminant Validitas (Cross loadings).....	54
Tabel 4. 13	Hasil Pengujian AVE	56
Tabel 4. 14	Discriminant Validity (Fornell Larcker)	56
Tabel 4. 15.	Hasil Uji Heterotrait Monotrait Ratio (HTMT)	57
Tabel 4. 16.	Contruct Reliability and Validity	57
Tabel 4. 17.	Hasil Uji Nilai R-Square	58
Tabel 4. 18	Hasil Uji Nilai F-Square	59
Tabel 4. 19	Hasil uji Nilai Q-Square.....	60
Tabel 4. 20	HASIL Uji Hipotesis.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1. 1	Komposisi Sampah Berdasarkan Sumber Sampah	2
Gambar 1. 2	Sustainability Attributes dengan Pertumbuhan Tercepat dalam Industri Beauty and Personal Care 2020-2023.....	4
Gambar 1. 3	Produk Skincare NPURE	6
Gambar 1. 4	Data Penjualan Brand NPURE.....	8
Gambar 1. 5	Pergerakan Pangsa Pasar 2024.....	9
Gambar 2. 1	Rerangka Konseptual	29
Gambar 4. 1.	Hasil Algoritma PLS	54
Gambar 4. 2.	Hasil Uji Bootsrapping.....	60



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	75
Lampiran 2. Jawaban Responden.....	78
Lampiran 3 Hasil Deskripsi Responden.....	94
Lampiran 4. Hasil Deskripsi Variabel.....	95
Lampiran 5. Hasil Output PLS.....	97

