



**PENGARUH *GREEN CAMPAIGN*, *GREEN KNOWLEDGE*, DAN
GREEN LABELING TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
PADA PRODUK *SKINCARE* MEREK SUKIN**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**UNIRIDHARAHMA SAFITRI
43122010314**

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

2026



**PENGARUH *GREEN CAMPAIGN*, *GREEN KNOWLEDGE*, DAN
GREEN LABELING TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
PADA PRODUK *SKINCARE* MEREK SUKIN**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

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

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

RIDHA RAHMA SAFITRI

43122010314

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ridha Rahma Safitri

NIM : 43122010314

Fakultas/Program Studi : Manajemen SI

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“PENGARUH GREEN CAMPAIGN, GREEN KNOWLEDGE, DAN GREEN LABELING TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA PRODUK SKINCARE MEREK SUKIN” 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.

Jakarta, 16 Juli 2026



Ridha Rahma Safitri
NIM: 43122010314

	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 : RIDHA RAHMA SAFITRI
NIM : 43122010314
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH GREEN CAMPAIGN, GREEN KNOWLEDGE, DAN GREEN LABELING TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA PRODUK SKINCARE MEREK SUKIN
Hasil Pengecekan Turnitin : 13%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **13%** 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, 18 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/18/0000001188/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Ridha Rahma Safitri
NIM : 43122010314
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : PENGARUH GREEN CAMPAIGN, GREEN KNOWLEDGE,
DAN GREEN LABELING TERHADAP PURCHASE
INTENTION PADA PRODUK SKINCARE MEREK SUKIN

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 16 Juli 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



Dudi Permana, Ph.D

NIDN/NUPTK: 1018037701

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-07266488



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 proposal skripsi dengan judul **“Pengaruh *Green Campaing*, *Green knowledge*, dan *Green labeling* Terhadap *Purchase intention* Produk Sukin”**. Tidak sedikit kendala serta rintangan yang harus dihadapi oleh peneliti selama masa penyusunan proposal skripsi ini, namun dengan dukungan dari berbagai pihak, baik secara dukungan materil, maupun secara dukungan non-materil, sehingga penelitian proposal skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak. Penulis menyampaikan terima kasih khusus kepada Bapak Dudi Permana, Ph.D., selaku Dosen Pembimbing, atas waktu, bimbingan, nasehat dan saran berharga yang diberikan demi terselesaikannya penelitian ini. Atas dukungan yang membuat peneliti dapat terus bersemangat dalam menulis proposal skripsi ini, pribadi diri peneliti ingin berterima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Dr. Andi Andriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana;
2. Ibu 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 Ekonommi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana
4. Ibu Dr. Daru Asih, M.Si, selaku dosen metodologi penelitian yang telah memberikan saran dan pengetahuan sangat bermanfaat demi

terselesaikannya penelitian ini

5. Seluruh dosen program studi S1 Manajemen, Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan ilmu-ilmu serta pengetahuan mengenai Manajemen;
6. Teristimewa untuk kedua orang tua saya tercinta Ibu Ns. Yuli, S.Kep., M.Kep., Bapak Dini, dan adik saya Zikry yang tidak hentinya memberikan doa, cinta dan dukungan moril maupun materil kepada saya dalam penyusunan penelitian ini;
7. sahabat-sahabat saya, Aulia, Azmi, Fadiah, Amelia, Habibie, Taufik, Bintang, Tasya, Dendiah, dan Nabila, yang senantiasa memberikan dukungan, motivasi, semangat, serta doa selama proses penyusunan skripsi ini.

Terlepas dari segala usaha yang telah dilakukan peneliti dalam penyelesaian proposal 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 proposal skripsi ini. Akhir kata, peneliti berharap semoga penelitian ini bermanfaat bagi pembaca dan seluruh pihak yang membutuhkan

Jakarta, 26 Mei 2026

Ridha Rahma Safitri

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMISI**

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

Nama Mahasiswa : Ridha Rahma Safitri
NIM : 43122010314
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH *GREEN CAMPAIGN*, *GREEN KNOWLEDGE*, DAN *GREEN LABELING* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA PRODUK *SKINCARE* MEREK SUKIN

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 Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 18 Agustus 2026

Yang menyatakan,



(Ridha Rahma Safitri)

ABSTRAK

Nama : Ridha Rahma Safitri
NIM : 43122010314
Program Studi : Manajemen
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh *Green Campaign*, *Green Knowledge*, dan *Green Labeling* terhadap *Purchase Intention* Pada Produk *Skincare* Merek Sukin
Pembimbing : Dudi Permana, Ph.D.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kampanye Hijau, Pengetahuan Hijau, dan Pelabelan Hijau, terhadap Minat Beli produk perawatan kulit merek Sukin. Latar belakang penelitian Adalah ini peningkatan kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan serta berkembangnya permintaan akan produk perawatan kulit ramah lingkungan. Di sisi lain, karena persaingan dalam industri perawatan kulit di Indonesia semakin ketat, perusahaan perawatan kulit harus menerapkan strategi pemasaran yang ramah lingkungan untuk menarik pelanggan untuk membeli produk mereka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan metode survei melalui penyebaran kuesioner. Jumlah sampel 119 responden, yang dipilih menggunakan metode purposive sampling, didasarkan pada perhitungan G*Power, dengan kriteria responden merupakan konsumen yang mengetahui dan memiliki minat membeli produk *skincare* merek Sukin yang berdomisili di DKI Jakarta. Data dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kampanye Hijau berdampak positif namun tidak signifikan terhadap keinginan untuk membeli produk perawatan kulit merek Sukin. Sementara itu, Pengetahuan Hijau dan Pelabelan Hijau berdampak positif dan signifikan terhadap keinginan untuk membeli produk perawatan kulit merek Sukin.

Kata Kunci: Kampanye Hijau, Pengetahuan Hijau, Pelabelan Hijau, Minat Beli, Sukin.

ABSTRACT

Name : Ridha Rahma Safitri
Student ID : 43122010314
Study Program : Management
Thesis Title : *The Influence of Green Campaign, Green Knowledge, and Green Labeling on Purchase Intention for Sukin Skincare Products*
Supervisor : Dudi Permana, Ph.D.

*This study aims to analyze the influence of Green Campaigns, Green Knowledge, and Green Labeling on the purchase intention for Sukin brand skincare products. The background of this study is the increasing public awareness of environmental issues and the growing demand for eco-friendly skincare products. On the other hand, as competition in the Indonesian skincare industry intensifies, skincare companies must implement eco-friendly marketing strategies to attract customers to purchase their products. This study employs a quantitative approach and uses a survey method involving the distribution of questionnaires. The sample consisted of 119 respondents, selected using purposive sampling based on G*Power calculations, with the criteria being consumers who are aware of and interested in purchasing Sukin brand skincare products and who reside in DKI Jakarta. The data were analyzed using Partial Least Squares (PLS)-based Structural Equation Modeling (SEM) with the assistance of SmartPLS 4.0 software. The results of the study indicate that the Green Campaign has a positive but insignificant effect on the intention to purchase Sukin brand skincare products. Meanwhile, Green Knowledge and Green Labeling have positive and significant effects on the intention to purchase Sukin brand skincare products.*

Keywords: *Green Campaign, Green Knowledge, Green Labeling, Purchase Intention, Sukin.*

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 UNTUK KEPENTINGAN AKADEMISI	vii
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	24
1.3 Tujuan Penelitian	24
1.4 Kontribusi Penelitian.....	25
BAB II KAJIAN PUSTAKA	27
2.1 Kajian Pustaka	27
2.1.1 <i>Sustainable Development Goals (SDGs)</i>	27
2.1.2 <i>Theory of Planned Behavior</i>	28
2.1.2.1 Pengertian <i>Theory of Planned Behavior</i>	28
2.1.2.2 Faktor-faktor <i>Theory of Planned Behavior</i>	29
2.1.3 <i>Purchase Intention</i>	30
2.1.3.1 Definisi <i>Purchase Intention</i>	30
2.1.3.2 Indikator <i>Purchase Intention</i>	31
2.1.4 <i>Green Campaign</i>	32
2.1.4.1 Definisi <i>Green Campaign</i>	32

2.1.4.2 Indikator <i>Green Campaign</i>	32
2.1.5 <i>Green Knowledge</i>	33
2.1.5.1 Definisi <i>Green Knowledge</i>	33
2.1.5.2 Indikator <i>Green Knowledge</i>	34
2.1.6 <i>Green Labeling</i>	34
2.1.6.1 Definisi <i>Green Labeling</i>	34
2.1.6.2 Indikator <i>Green Labeling</i>	35
2.2 Penelitian Terdahulu	36
2.3 Pengembangan Hipotesis	42
2.3.1 Pengaruh <i>Green Campaign</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	42
2.3.2 Pengaruh <i>Green Knowledge</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	45
2.3.3 Pengaruh <i>Green Labeling</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	46
2.4 Kerangka Pemikiran	48
BAB III METODE PENELITIAN	50
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	50
3.1.1 Waktu Penelitian	50
3.1.2 Tempat Penelitian	50
3.2 Desain Penelitian	51
3.3 Definisi dan Operasional Variabel	52
3.3.1 Definisi Variabel	52
3.3.2 Operasional Variabel	54
3.4 Skala Pengukuran Variabel	55
3.5 Populasi dan Sampel	56
3.5.1 Populasi	56
3.5.2 Sampel	57
3.6 Metode Pengumpulan Data	59
3.7 Metode Analisis Data	59
3.7.1 Analisis Deskriptif	60
3.7.2 Uji Instrumen	62
3.7.3 Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS)	63
3.7.3.1 Pengertian <i>Partial Least Square</i> (PLS)	63

3.7.3.2 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	63
3.7.3.3 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	69
3.7.3.4 Uji Hipotesis.....	71
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	72
4.1 Analisis Deskriptif	72
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	72
4.1.2 Deskripsi Responden	73
4.1.3 Deskripsi Variabel	76
4.2 Uji <i>Partial Least Square</i>	78
4.3 Analisis Data.....	80
4.3.1 Hasil Pengujian <i>Outer Model</i>	80
4.3.2 Hasil Pengujian <i>Inner Model</i>	89
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	97
4.4.1 Pengaruh <i>Green Campaign</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	97
4.4.2 Pengaruh <i>Green Knowledge</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	99
4.4.3 Pengaruh <i>Green Labeling</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	100
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	102
5.1 Kesimpulan.....	102
5.2 Saran.....	104
5.2.1 Saran Praktis.....	104
5.2.2 Saran Teoritis.....	106
DAFTAR PUTAKA.....	108
LAMPIRAN	117

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Brand Perawatan Kulit Berkelanjutan	8
Tabel 1. 2 Pangsa Pasar Brand <i>Skincare</i> di Indonesia Berdasarkan GMV <i>E-Commerce</i> (Maret–Mei 2026)	12
Tabel 1. 3 Pra Survei.....	19
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel.....	54
Tabel 3. 2 Pengukuran Skala Likert.....	56
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	75
Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	75
Tabel 4. 4 Deskripsi Jawaban Kuesioner Variabel <i>Green Campaign</i>	76
Tabel 4. 5 Deskripsi Jawaban Kuesioner Variabel <i>Green knowledge</i>	77
Tabel 4. 6 Deskripsi Jawaban Kuesioner Variabel <i>Green labeling</i>	77
Tabel 4. 7 Deskripsi Jawaban Kuesioner Variabel <i>Purchase intention</i>	78
Tabel 4. 8 Hasil Uji <i>Loading Factor</i>	82
Tabel 4. 9 Hasil Uji <i>Loading Factor</i> (Modifikasi)	84
Tabel 4. 10 Hasil Uji <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	86
Tabel 4. 11 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	86
Tabel 4. 12 Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	87
Tabel 4. 13 Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Lacker)</i>	88
Tabel 4. 14 Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Heterotrait-Monotrait Ratio)</i>	88
Tabel 4. 15 Hasil Uji <i>R-Square (R²)</i>	90
Tabel 4. 16 Hasil Uji <i>Model Fit</i>	90
Tabel 4. 17 Hasil Uji <i>F-Square (F²)</i>	91
Tabel 4. 18 Hasil Uji <i>Predictive Relevance</i>	92
Tabel 4. 19 Hasil Pengujian <i>PLS Predict</i>	94
Tabel 4. 20 Hasil Uji Hipotesis (<i>Bootstrapping</i>)	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Top 10 Countries That Produce the Most Plastic Waste</i> (tons).....	1
Gambar 1. 2 Proyeksi Timbulan Sampah dan Sampah Plastik di Indonesia (2017-2025).....	2
Gambar 1. 3 Sebaran Timbulan Sampah di Jakarta.....	3
Gambar 1. 4 Data Penjualan Produk Dalam Berbagai Kategori	5
Gambar 1. 5 Ragam Bentuk Kepedulian Konsumen Muda pada Lingkungan (2022)	6
Gambar 1. 6 Pertumbuhan Atribut Keberlanjutan di Industri Kecantikan.....	7
Gambar 1. 7 Pertimbangan Dalam Memilih Produk Kecantikan Dari Tahun ke Tahun	7
Gambar 1. 8 Produk Sukin	9
Gambar 1. 9 Label <i>Green</i> pada Sukin.....	10
Gambar 1. 10 Poster <i>Campaign</i> Sukin x Sociolla	11
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	48
Gambar 3. 1 Perhitungan Sampel menggunakan G Power	58
Gambar 4. 1 Hasil Uji <i>Loading Factor</i>	83
Gambar 4. 2 Hasil Uji <i>Loading Factor</i> (Modifikasi).....	85
Gambar 4. 3 Hasil Uji Hipotesis (<i>Bootstrapping</i>)	96

MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	117
Lampiran 2. Jawaban Responden	137
Lampiran 3. Hasil Deskripsi Responden.....	155
Lampiran 4. Hasil Deskripsi Variabel	156
Lampiran 5. Hasil <i>Output</i> PLS	158

