



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH *GREEN LIFESTYLE*, *GREEN TRUST*, DAN
GREEN WOM TERHADAP MINAT BELI PRODUK RAMAH
LINGKUNGAN**

(Studi pada produk The Body Shop di DKI Jakarta)

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Sabiila Hoiroyanti

43120010493

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



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH *GREEN LIFESTYLE*, *GREEN TRUST*, DAN
GREEN WOM TERHADAP MINAT BELI PRODUK RAMAH
LINGKUNGAN**

(Studi pada produk The Body Shop di DKI Jakarta)

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana

Sabiila Hoiroyanti

43120010493

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

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Sabiila Hoiroyanti

NIM : 43120010493

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya cantumkan 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, 5 Januari 2026



Sabiila Hoiroyanti

NIM 43120010493

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 : SABIILA HOIROYANTI
NIM : 43120010493
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH GREEN LIFESTYLE, GREEN TRUST, DAN GREEN WOM TERHADAP MINAT BELI PRODUK RAMAH LINGKUNGAN (Studi pada produk The Body Shop di DKI Jakarta)
Hasil Pengecekan Turnitin : 10%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **10%** 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, 13 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/13/0000001179/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

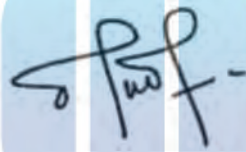
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Sabiila Hoiroyanti
NIM : 43120010493
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : PENGARUH GREEN LIFESTYLE, GREEN TRUST, DAN GREEN WOM TERHADAP MINAT BELI PRODUK RAMAH LINGKUNGAN

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 25 Desember 2025 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



Hamdan, S.E., M.M
NIDN/NUPTK: 0312048704

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-03266066



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

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh *Green Lifestyle*, *Green Trust*, dan *Green WOM* Terhadap Minat Beli Produk Ramah Lingkungan”**.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan serta kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Hamdan, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan saran, serta waktu luang selama bimbingan.

Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran, nasehat, maupun semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti mengucapkan Alhamdulillah atas nikmat Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan telah mencurahkan anugerah-Nya dan dengan segala rendah hati peneliti ingin berterimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan 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 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Teristimewa, Kedua Orang Tua, Suadara, Keluarga yang selalu memberikan doa dan dukungan moral, material serta memberikan banyak inspirasi yang tiada henti-hentinya kepada penulis, sehingga penulis mampu menulis skripsi ini.

Dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa penulisan proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karenanya, mohon saran yang membangun dari segenap pembaca, sehingga diharapkan demi perbaikan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penelitian ini.

Jakarta, 24 Desember 2025



Sabiila Hoiroyanti

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama : Sabiila Hoiroyanti
NIM : 43120010493
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Green Lifestyle, Green trust, dan Green WOM Terhadap Minat Beli Produk Ramah Lingkungan (Studi Pada Produk The Body Shop di DKI Jakarta)

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, 19 Agustus 2026

Yang menyatakan,



(Sabiila Hoiroyanti)

PENGARUH *GREEN LIFESTYLE*, *GREEN TRUST*, DAN *GREEN WOM* TERHADAP MINAT BELI PRODUK RAMAH LINGKUNGAN

Sabiila Hoiroyanti

ABSTRAK

Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan mendorong berkembangnya produk ramah lingkungan, khususnya dalam industri kosmetik dan perawatan tubuh. Namun, dalam keputusan pembelian produk ramah lingkungan, konsumen masih mempertimbangkan kesesuaian gaya hidup, tingkat kepercayaan terhadap klaim lingkungan, serta pengaruh rekomendasi dari lingkungan sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh green lifestyle, green trust, dan green word of mouth terhadap minat beli produk ramah lingkungan pada konsumen The Body Shop di DKI Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner kepada 150 responden menggunakan teknik purposive sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah Partial Least Square (PLS) dengan bantuan software SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa green lifestyle, green trust, dan green word of mouth berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk ramah lingkungan. Temuan ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi perusahaan dalam merancang strategi pemasaran berkelanjutan untuk meningkatkan minat beli konsumen.

Kata Kunci: *Green Lifestyle*, *Green Trust*, *Green Word of Mouth*, Minat Beli, Produk Ramah Lingkungan.

THE INFLUENCE OF GREEN LIFESTYLE, GREEN TRUST, AND GREEN WOM ON INTEREST IN BUYING ENVIRONMENTALLY FRIENDLY PRODUCTS

Sabiila Hoiroyanti

ABSTRACT

Increasing public awareness of environmental issues has driven the development of environmentally friendly products, particularly in the cosmetics and personal care industry. However, in purchasing environmentally friendly products, consumers still consider lifestyle suitability, the level of trust in environmental claims, and the influence of recommendations from the social environment. This study aims to analyze the influence of green lifestyle, green trust, and green word of mouth on the purchase intention of environmentally friendly products among The Body Shop consumers in DKI Jakarta. This study uses a quantitative approach by collecting data through questionnaires to 150 respondents using a purposive sampling technique. The data analysis method used is Partial Least Square (PLS) with the help of SmartPLS software. The results show that green lifestyle, green trust, and green word of mouth have a positive and significant effect on the purchase intention of environmentally friendly products. These findings are expected to be a basis for companies in designing sustainable marketing strategies to increase consumer purchasing interest.

Keywords: Green Lifestyle, Green Trust, Green Word of Mouth, Purchase Intention, Environmentally Friendly Products

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	0
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DIREPOSITORI UMB.....	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Kontribusi Penelitian.....	13
1.4.1 Kontribusi Praktis	13
1.4.2 Kontribusi Teoritis	13
BAB II	14
KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	14
2.1 Kajian Pustaka	14
2.1.1 <i>Green Lifestyle</i>	14
2.1.2 <i>Green Trust</i>	16
2.1.3 <i>Green WOM</i>	18
2.2 Penelitian Terdahulu	19

2.3 Hubungan Antar Variabel	21
2.4 Kerangka Pemikiran	25
BAB III.....	27
METODE PENELITIAN	27
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	27
3.2 Desain Penelitian	27
3.3 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	28
3.3.1 Definisi Variabel	28
3.3.2 Operasionalisasi Variabel	30
3.4 Pengukuran Variabel.....	31
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian	31
3.5.1 Populasi	31
3.5.2 Sampel	32
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	32
3.7 Metode Analisis Data	33
3.7.1 Analisis <i>Partial Least Square</i>	33
BAB IV	37
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Pengumpulan Data	37
4.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	38
4.2.1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Green Lifestyle</i>	39
4.2.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Green Trust</i>	40
4.2.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Green WOM</i>	41
4.2.4 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli Produk.....	42
4.3 Hasil Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	43
4.4 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	51
4.5 Uji Hipotesis	52
4.6 Pembahasan	54
BAB V.....	58
SIMPULAN DAN SARAN	58
5.1 Simpulan	58

5.2 Saran	59
5.1.1 Saran Untuk Perusahaan.....	59
5.1.2 Saran Untuk Konsumen.....	59
5.1.3 Peneliti Selanjutnya	59
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN.....	64



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Presentase Penjualan Produk The Body Shop Wilayah Jakarta Barat	7
Tabel 1. 2 Instrumen Pertanyaan Pra-Survei	8
Tabel 1. 3 Hasil Tabel Pra-Survei	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	30
Tabel 3. 2 Pengukuran Skala Likert	31
Tabel 3. 3 Rule of Thumb Outer Model	35
Tabel 3. 4 Rule of Thumb Inner Model	36
Tabel 4. 4 Hasil Analisis Deskriptif <i>Green Lifestyle</i>	39
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Deskriptif <i>Green Trust</i>	40
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Deskriptif <i>Green WOM</i>	41
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Deskriptif Minat Beli Produk	42
Tabel 4. 8 Hasil <i>Outer Loading</i> Setelah Perhitungan	45
Tabel 4. 9 <i>Discriminant Validity</i> HTMT	48
Tabel 4. 10 <i>Discriminant Validity</i> Fornell Larcker	48
Tabel 4. 11 <i>Discriminant Validity</i> Cross loading	49
Tabel 4. 12 <i>Discriminant Validity</i>	50
Tabel 4. 13 F-Square	51
Tabel 4. 14 R-Square	52
Tabel 4. 15 Uji Hipotesis dengan <i>bootstrapping</i>	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data negara dengan sampah plastik di lautan terbanyak	3
Gambar 1. 2 Data Top Brand Awards.....	6
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	25
Gambar 4. 1 Hasil Outer Loading Sebelum Perhitungan.....	44
Gambar 4. 2 Hasil Outer Loading Setelah Perhitungan.....	45
Gambar 4. 3 Graphical Output Bootstrapping	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	64
Lampiran 2: Rekapitulasi Jawaban Responden.....	68

