



**PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN PRICE*, DAN
INFLUENCER MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* AVOSKIN**

HALAMAN 3

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

DHEA PUTRI AULIA

43122010450

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

2026



**PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN PRICE*, DAN
INFLUENCER MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* AVOSKIN**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

DHEA PUTRI AULIA

43122010450

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

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dhea Putri Aulia

NIM : 43122010450

Program studi : S1 Manajemen

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

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 18 Juni 2025



	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 : DHEA PUTRI AULIA
NIM : 43122010450
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH GREEN PRODUCT, GREEN PRICE, DAN INFLUENCER
 MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE
 AVOSKIN
Hasil Pengecekan Turnitin : 16%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **16%** 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, 05 August 2026
Kepala Biro Perpustakaan



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

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

2026/Agustus/05/0000001165/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Dhea Putri Aulia
NIM : 43122010450
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Green Product, Green Price dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Avoskin

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 10 Maret 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. Aldina Shiratina, S.E., M.Si
NIDN/NUPTK: 0426118302

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-04266301



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

KATA PENGANTAR

Allhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpah rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Green Product*, *Green Price*, dan *Influencer Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Avoskin”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Dalam Menyusun skripsi ini tentunya tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya 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. Dudi Permana, MM, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Aldina Shiratina , SE.,M.Si, Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini
5. Teristimewa, Kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Teruntuk sahabat-sahabatku, “Perfect Abis”, yang telah mewarnai hari-hari penulis dengan tawa, cerita, dan kekonyolan yang selalu dikenang. Kebersamaan kalian bukan sekadar teman duduk di kelas atau tempat curhat saat lelah, tetapi menjadi energi positif yang membuat perjalanan ini jauh lebih menyenangkan. Setiap obrolan santai, setiap dukungan diam-diam, dan kehadiran kalian di momen-momen kecil sangat berarti. Terima kasih telah menjadi rumah yang hangat di tengah hiruk pikuk dunia perkuliahan.

7. Untuk teman-teman yang pernah mengirimkan semangat lewat chat, DM, atau sekadar membalas story dengan kata-kata positif terima kasih banyak. Meskipun tidak selalu dekat, perhatian kecil itu benar-benar berarti dan hadir di waktu yang tepat. Untuk yang masih ada maupun yang kini berjalan di jalannya masing-masing, dukungan kalian akan selalu penulis ingat sebagai bagian dari perjalanan ini.

8. Untuk rekan-rekan kerja sekaligus teman seperjuangan di kantor, terima kasih atas pengertian, dukungan, dan semangat yang tak pernah putus. Terima kasih khususnya kepada kaka – kaka PIC yang telah memberi ruang dan fleksibilitas selama masa pengerjaan skripsi ini. Untuk kalian yang juga sedang menjalani proses skripsi ini, semoga kita bisa saling menyemangati dan menuntaskan perjalanan ini bersama-sama. Kita mungkin lelah, tapi kita nggak sendiri. Semangat terus sampai garis akhir!

9. Kepada seseorang yang kehadirannya sangat berarti untuk penulis, Ferdiansyah Saputra. Terima Kasih telah menjadi bagian penting dalam proses

penulisan skripsi ini. Terimakasih telah meluangkan waktu, tenaga, dan perhatian untuk menemani serta membantu penulis disaat menghadapi hari-hari yang sulit, memberikan semangat Ketika penulis hampir menyerah dan tidak yakin bisa menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih telah menjadi tempat berkeluh kesah Ketika semuanya terasa berat. Kehadiranmu memberikan kekuatan, tawa, dan keyakinan bahwa semua ini bisa diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini memiliki kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat tidak hanya untuk peneliti akan tetapi juga pihak lain seperti pembaca yang mendapatkan manfaat dari penulisan skripsi ini.

Jakarta, 26 Juni 2025

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Dhea Putri Aulia

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR DI REPOSITORY UMB**

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

Nama : Dhea Putri Aulia
NIM : 43122010450
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen S-1
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Green Produk, Green Price dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Avsoskin

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** (*Non-exclusif 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, 12 Agustus 2026
Yang menyatakan,



Dhea Putri Aulia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Green Product*, *Green Price*, dan *Influencer Marketing* terhadap keputusan pembelian produk skincare Avoskin. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli dan menggunakan produk Avoskin di wilayah DKI Jakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah 185 responden yang memenuhi kriteria penelitian. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan desain kausalitas. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan software SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Green Product* dan *Influencer Marketing* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, sedangkan *Green Price* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Temuan ini menunjukkan bahwa konsumen *skincare* berbasis *green beauty* lebih mempertimbangkan atribut produk dan pengaruh promosi melalui influencer dibandingkan faktor harga dalam menentukan keputusan pembelian.

Kata kunci: *Green Product*, *Green Price*, *Influencer Marketing*, Keputusan Pembelian, SEM-PLS.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Green Product, Green Price, and Influencer Marketing on purchase decisions of Avoskin skincare products. The population of this study consists of consumers who have purchased and used Avoskin products in DKI Jakarta. The sampling technique used was purposive sampling, involving 185 respondents who met the research criteria. This research employed a quantitative approach with a causal research design. Data were collected through questionnaires and analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) based on Partial Least Square (PLS) with SmartPLS 4 software. The results indicate that Green Product and Influencer Marketing have a positive influence on purchase decisions, while Green Price has no significant effect on purchase decisions. These findings suggest that consumers of green beauty skincare products tend to prioritize product attributes and influencer recommendations rather than price when making purchasing decisions.

Keywords: *Green Product, Green Price, Influencer Marketing, Purchase Decision, SEM-PLS.*

DAFTAR ISI

	Halaman
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	viii
TUGAS AKHIR DI REPOSITORY UMB	viii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	2
PENDAHULUAN	2
A. Latar Belakang	2
B. Rumusan Masalah	17
C. Tujuan Penelitian	18
D. Kontribusi Penelitian	18
BAB II	20
KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	20
A. Kajian Pustaka	20
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Pengembangan Hipotesis	35
D. Kerangka Pemikiran	37
BAB III	38
METODE PENELITIAN	38
A. Waktu Dan Tempat Penelitian	38
B. Desain Penelitian	38
C. Definisi Dan Operasional Variabel	39
D. Skala Dan Pengukuran Variabel	44
E. Populasi dan Sampel	45

F.	Metode Pengumpulan Data	48
G.	Metode Analisis Data	49
BAB IV		59
HASIL DAN PEMBAHASAN		59
A.	Gambaran Umum Lokasi atau Objek Penelitian	59
B.	Statistik Deskriptif	60
C.	Hasil Analisis Data Partial Least Square (PLS)	65
D.	Pembahasan Hasil Penelitian	78
BAB V		82
SIMPULAN DAN SARAN		82
A.	Kesimpulan	82
B.	Saran	84
DAFTAR PUSTAKA		85
LAMPIRAN		91



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1. 1	Data Penjualan Dan Pendapatan Avoskin	7
1. 2	Perbandingan Harga Serum	12
1. 3	Hasil Pra-Survey	15
2. 1	Penelitian Terdahulu	29
3. 1	Tabel Operasional Variabel	41
3. 2	Skala Likert	45
4. 1	Karakteristik Berdasarkan Usia	60
4. 2	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	61
4. 3	Karakteristik Berdasarkan Profesi	62
4. 4	Jawaban Responden Variabel Green Product	62
4. 5	Jawaban Responden Variabel Green Price	63
4. 6	Jawaban Responden Variabel Influencer Marketing	64
4. 7	Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	65
4. 8	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	67
4. 9	Hasil Uji Discriminant Validity	69
4. 10	Hasil Uji Heterotrait-Monotrait (HTMT)	69
4. 11	Hasil Uji Average Variance Extracted	70
4. 12	Hasil Pengujian Realibilitas	71
4. 13	Nilai Variabel Endogen	72
4. 14	Predictive Relevance (Q2)	73
4. 15	Model Fit	73
4. 16	Hasil Uji Inner VIF	74
4. 17	<i>Nilai Effect Size (F2)</i>	75
4. 18	Hasil Pengujian Hipotesis	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1. 1	Produk Avoskin	3
1. 2	Daftar <i>Skincare</i> Terlaris di e-commerce April-Juni 2022	5
1. 3	Daftar <i>Skincare</i> Terlaris Di Shopee 1 Januari – 31 Maret	5
2. 1	Kerangka Pemikiran	37
4. 1	Hasil Algoritma PLS	67
4. 2	Hasil Uji Bootstrapping	77



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1. 1	Kuisisioner Penelitian	91

