



**PENGARUH *GREEN PACKAGING*, *ENVIRONMENTAL KNOWLEDGE*, DAN *GREEN ADVERTISING* TERHADAP
GREEN PURCHASE INTENTION PRODUK
SKINCARE AVOSKIN**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Diva Karmelia Ilsanti
43122010053

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



**PENGARUH *GREEN PACKAGING*, *ENVIRONMENTAL KNOWLEDGE*, DAN *GREEN ADVERTISING* TERHADAP
GREEN PURCHASE INTENTION PRODUK
SKINCARE AVOSKIN**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Diva Karmelia Ilsanti

43122010053

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

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Diva Karmelia Ilsanti
NIM : 43122010053
Fakultas/Program Studi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis/Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:
“Pengaruh *Green Packaging*, *Environmental Knowledge*, dan *Green Advertising* terhadap *Green Purchase Intention* Produk *Skincare Avoskin*” 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, 4 Juni 2026



Diva Karmelia Ilsanti

	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	: DIVA KARMEIA ILSANTI
NIM	: 43122010053
Fakultas / Program Studi	: FEB / Manajemen
Jenis	: Skripsi
Judul Tugas Akhir	: PENGARUH GREEN PACKAGING, ENVIRONMENTAL KNOWLEDGE, DAN GREEN ADVERTISING TERHADAP GREEN PURCHASE INTENTION PRODUK SKINCARE AVOSKIN
Hasil Pengecekan Turnitin	: 20%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **20%** 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/18/0000001189/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Diva Karmelia Ilsanti
NIM : 43122010053
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Green Packaging, Environmental Knowledge, dan Green Advertising terhadap Green Purchase Intention Produk Skincare Avoskin

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-07266491



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

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan berkah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh *Green Packaging*, *Environmental Knowledge*, dan *Green Advertising* Terhadap *Green Purchase Intention* Produk *Skincare Avoskin*”**. Proposal skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan Bapak Dudi Permana, Ph. D selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, bantuan, dukungan dan waktu yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya Skripsi ini serta Penulis juga berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, 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, MM, Ph. D, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Tine Yuliatini S.Par,MM, selaku dosen Mata kuliah Metodologi penelitian pemasaran yang telah memberikan saran serta ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
5. Para dosen dan staff di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami.
6. Teristimewa untuk kedua orang tua saya, yang selalu memberikan dukungan moral, doa yang tidak pernah berhenti, motivasi dan kasih sayang yang telah diberikan.

7. Teruntuk sahabat saya yang selalu ada dan terus memberikan dukungan sampai sekarang, terimakasih sudah menjadi teman seperjuangan dan Seluruh teman-teman bimbingan yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
8. Terakhir, Penulis mengucapkan terima kasih kepada Diva Karmelia Ilsanti atas kerja keras nya selama menyusun Skripsi ini hingga selesai, dan terima kasih telah bertahan dengan banyak rintangan yang dihadapi saat penyusunan.

Penulis menyadari 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 skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 4 Juni 2025



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Diva Karmelia Ilsanti

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

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

Nama : Diva Karmelia Ilsanti
NIM : 43122010053
Fakultas/Program Studi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Green Packaging, Environmental Knowledge*, dan *Green Advertising* terhadap *Green Purchase Intention* produk *Skincare Avoskin*

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, 24 Agustus 2026



Divia Karmelia Ilsanti

PENGARUH *GREEN PACKAGING*, *ENVIRONMENTAL KNOWLEDGE*, DAN *GREEN ADVERTISING* TERHADAP *GREEN PURCHASE INTENTION* PRODUK *SKINCARE AVOSKIN*
DIVA KARMELIA ILSANTI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Green Packaging*, *Environmental Knowledge*, dan *Green Advertising* terhadap *Green Purchase Intention* produk *Skincare* Avoskin. Latar belakang penelitian ini didasari oleh meningkatnya kesadaran konsumen, khususnya generasi muda, terhadap isu lingkungan serta berkembangnya tren penggunaan produk *Skincare* ramah lingkungan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Kuisisioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan sampel sebanyak 119 responden berdasarkan rumus G^* power, dengan kriteria responden yaitu konsumen yang mengetahui produk *Skincare* Avoskin. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling (SEM)* berbasis *Partial Least Square (PLS)* melalui perangkat lunak SmartPLS 4.0. Analisis data meliputi pengujian *Outer Model* yang terdiri dari uji validitas konvergen, validitas diskriminan, *Composite Reliability*, dan *Cronbach's Alpha*, serta pengujian *Inner Model* yang meliputi *R-Square*, *F-Square*, *Q-Square*, dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Green Packaging* dan *Environmental Knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Green Purchase Intention* produk *Skincare* Avoskin wilayah Jakarta. Sementara itu, *Green Advertising* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *Green Purchase Intention*.

Kata Kunci: *Green Packaging*, *Environmental Knowledge*, *Green Advertising*, *Green Purchase Intention*

**THE EFFECT OF GREEN PACKAGING, ENVIRONMENTAL
KNOWLEDGE, AND GREEN ADVERTISING ON
GREEN PURCHASE INTENTION OF AVOSKIN
SKINCARE PRODUCTS**

DIVA KARMELIA ILSANTI

ABSTRACT

*This study aims to analyze the influence of Green Packaging, Environmental Knowledge, and Green Advertising on Green Purchase Intention of Avoskin Skincare products. The background of this study is based on the increasing awareness of consumers, especially the younger generation, towards environmental issues and the growing trend of using environmentally friendly Skincare products. This study uses a quantitative approach with a Questionnaire method. The sampling technique used is purposive sampling with a sample of 119 respondents based on the G*power formula, with the respondent criteria being consumers who know Avoskin Skincare products. Data were obtained through questionnaires and analyzed using the Structural Equation Modeling (SEM) method based on Partial Least Square (PLS) through SmartPLS 4.0 Software. Data analysis includes Outer Model testing consisting of Convergent Validity, Discriminant Validity, Composite Reliability, and Cronbach's Alpha, as well as Inner Model testing including R-Square, F-Square, Q-Square, and hypothesis testing. The results showed that Green Packaging and Environmental Knowledge had a positive and significant effect on green buying intention for Avoskin Skincare products in the Jakarta area. Meanwhile, Green Advertising had a positive but insignificant effect on Green Purchase Intention.*

Keywords: Green Packaging, Environmental Knowledge, Green Advertising, Green Purchase Intention

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Kontribusi Penelitian.....	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	18
2.1 Kajian Pustaka	18
2.1.1 <i>Sustainable Development Goals</i>	18
2.1.2 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	19
2.1.3 <i>Green Purchase Intention</i>	20
2.1.4 <i>Green Packaging</i>	22
2.1.5 <i>Environmental Knowledge</i>	23
2.1.6 <i>Green Advertising</i>	25
2.2 Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Pengembangan Hipotesis Penelitian.....	32
2.3.1 Pengaruh <i>Green Packaging</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	32

2.3.2 Pengaruh <i>Environmental Knowledge</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	33
2.3.3 Pengaruh <i>Green Advertising</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	33
2.4 Kerangka Pemikiran	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	36
3.2 Desain Penelitian	36
3.3 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	37
3.3.1 Variabel terikat (<i>Dependent Variable</i>)	37
3.3.2 Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	37
3.3.3 Operasionalisasi variabel	38
3.4 Skala Pengukuran Variabel	41
3.5 Populasi dan Sampel.....	42
3.5.1 Populasi.....	42
3.5.2 Sampel	43
3.6 Metode Pengumpulan Data	44
3.7 Metode Analisis Data	45
3.7.1 Analisis Deskriptif	45
3.7.2 Uji Instrumen	46
3.7.3 Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS)	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Analisis Deskriptif.....	54
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	54
4.1.2 Deskripsi Responden	55
4.1.3 Deskripsi Variabel	58
4.2 Uji Instrumen.....	62
4.3 Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS)	62
4.3.1 Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	62
4.3.2 Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	70
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	76
4.4.1 Pengaruh <i>Green Packaging</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	76
4.4.2 Pengaruh <i>Environmental Knowledge</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	77

4.4.3 Pengaruh <i>Green Advertising</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Simpulan.....	80
5.2 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN.....	89



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Pra Survei	12
Tabel 3. 1 Operasional Variabel Penelitian.....	39
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	42
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
Tabel 4. 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili.....	57
Tabel 4. 5 Hasil Deskripsi Variabel <i>Green Packaging</i>	58
Tabel 4. 6 Hasil Deskripsi Variabel <i>Environmental Knowledge</i>	59
Tabel 4. 7 Hasil Deskripsi Variabel <i>Green Advertising</i>	60
Tabel 4. 8 Hasil Deskripsi Variabel <i>Green Purchase Intention</i>	61
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Sebelum Modifikasi).....	63
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Sesudah Modifikasi)	65
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian AVE (<i>Average Variance Extracted</i>).....	66
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i>	67
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	68
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> (HTMT)	69
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	70
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian <i>R-Square</i>	71
Tabel 4. 17 Hasil Pengujian <i>Model Fit</i>	71
Tabel 4. 18 Hasil Pengujian <i>Effect Size</i>	72
Tabel 4. 19 Hasil Pengujian <i>Predictive Relevanced</i>	73
Tabel 4. 20 Hasil Pengujian PLS <i>Predict</i>	74
Tabel 4. 21 Hasil Pengujian Hipotesis	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Negara Penghasil Sampah Laut Terbesar didunia Tahun 2025	3
Gambar 1. 2 Survei GenZ Peduli terhadap lingkungan	5
Gambar 1. 3 Website Glad2Glow	7
Gambar 1. 4 Brand <i>Skincare</i> terlaris di <i>E-Commerce</i>	9
Gambar 2. 1 <i>Sustainable Development Goals</i>	18
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran	34
Gambar 3. 1 Hasil Grafik <i>Software G*Power</i>	44
Gambar 4. 1 Hasil Uji Algoritma PLS (Sebelum Modifikasi)	63
Gambar 4. 2 Hasil Uji Algoritma PLS (Sesudah Modifikasi)	64
Gambar 4. 3 Hasil Pengujian <i>Bootstrapping</i>	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	89
Lampiran 2. Hasil Jawaban Penyebaran Kuesioner	96
Lampiran 3. Hasil Deskripsi Responden.....	108
Lampiran 4. Hasil Deskripsi Variabel.....	109
Lampiran 5. Hasil Output PLS.....	113

