



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH *ENVIRONMENTAL KNOWLEDGE, GREEN
LIFESTYLE, DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK THE BODY
SHOP**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ANANDA DWI ADINTA

43122010176

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**



**PENGARUH *ENVIRONMENTAL KNOWLEDGE*, *GREEN LIFESTYLE*, DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK THE BODY
SHOP**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

ANANDA DWI ADINTA

43122010176

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

2026

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ananda Dwi Adinta

NIM : 43122010176

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

"Pengaruh Environmental Knowledge, Green Lifestyle, Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop" 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, 18 Juli 2026



Ananda Dwi Adinta

NIM: 43122010176

	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 : ANANDA DWI ADINTA
NIM : 43122010176
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH ENVIRONMENTAL KNOWLEDGE, GREEN LIFESTYLE, DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK THE BODY SHOP
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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 06 August 2026

Kepala Biro Perpustakaan



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

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

2026/Agustus/06/0000001168/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Ananda Dwi Adinta
NIM : 43122010176
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Environmental Knowledge, Green Lifestyle,
Dan Corporate Social Responsibility Terhadap
Keputusan Pembelian Produk The Body Shop.

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 01 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



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si

NIDN/NUPTK: 0323047103

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-07266445



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 Environmental Knowledge, Green Lifestyle dan Corporate Social Responsibility Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop”. 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. 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 Prof. 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 Kepala Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, arahan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya proposal skripsi ini.
5. Para dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Aamiin.
6. Teristimewa, kedua orang tua tercinta, Bapak Zarukhi dan Ibu Sutirah, yang senantiasa memberikan kasih sayang, kesabaran, doa, serta dukungan tanpa henti kepada penulis sejak kecil hingga dapat menempuh pendidikan di perguruan tinggi. Terima kasih atas segala pengorbanan, nasihat, dan ketulusan yang telah diberikan dalam setiap langkah kehidupan penulis. Berkat dukungan

tersebut, penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dan meraih gelar sarjana. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan keberkahan, Kesehatan, dan kebahagiaan atas segala kebaikan yang telah diberikan. Aamiin.

7. Kakak penulis, Shinta Dyah Pitaloka, yang selalu memberikan dukungan, semangat, serta bantuan selama proses penyusunan skripsi ini. Dukungan yang diberikan menjadi salah satu sumber semangat bagi penulis dalam menyelesaikan studi ini.
8. Kepada Mochammad Helmi Fauzi, yang selalu setia mendampingi penulis, mendengarkan setiap keluhan, serta memberikan dukungan, semangat, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Seluruh teman-teman Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMB angkatan 2022 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
10. Last but not least, kepada diri penulis sendiri. Terima kasih atas kerja keras, dan komitmen dalam menyelesaikan apa yang telah dimulai. Apresiasi yang sebesar-besarnya karena tetap bertahan, terus berusaha, dan tidak menyerah meskipun menghadapi berbagai tantangan dalam proses yang tidak mudah. Terima kasih telah menjalani setiap tahapan dengan penuh keteguhan hingga akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 18 Juli 2026



Ananda Dwi Adinta

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama : Ananda Dwi Adinta
NIM : 43122010176
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/ S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Environmental Knowledge, Green Lifestyle, dan Corporate Social Responsibility terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop

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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 21 Agustus 2026

Yang menyatakan,



Ananda Dwi Adinta
NIM 43122010176

PENGARUH *ENVIRONMENTAL KNOWLEDGE*, *GREEN LIFESTYLE*, DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK THE BODY SHOP

ANANDA DWI ADINTA

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji pengaruh pengetahuan lingkungan, gaya hidup ramah lingkungan, dan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap keputusan pembelian produk The Body Shop, dengan fokus pada Generasi Z di Jakarta. Signifikansi penelitian ini berasal dari meningkatnya minat kaum muda terhadap isu-isu lingkungan serta relevansi penerapan praktik bisnis berkelanjutan sebagai strategi yang efektif untuk mengantisipasi respons konsumen. Dalam meraih tujuan penelitian, pendekatan kuantitatif diterapkan peneliti dengan mendistribusikan kuesioner daring kepada 119 responden yang terdiri dari anggota Generasi Z yang mengenal produk The Body Shop. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan sampling purposif untuk memastikan karakteristik responden sesuai dengan profil populasi sasaran. Untuk menganalisis data yang terkumpul, peneliti menggunakan metode Partial Least Squares – Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan memanfaatkan program SmartPLS 4.0. Temuan yang didapat menjelaskan bahwa pengetahuan lingkungan dan tanggung jawab sosial perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Sebaliknya, gaya hidup ramah lingkungan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian tersebut. Selain itu, pengetahuan lingkungan berperan dalam meningkatkan kesadaran konsumen mengenai urgensi penggunaan produk ramah lingkungan, sementara tanggung jawab sosial perusahaan

Kata Kunci: *Environmental Knowledge*, *Green Lifestyle*, *Corporate Social Responsibility*, Keputusan Pembelian, Generasi Z, The Body Shop

PENGARUH *ENVIRONMENTAL KNOWLEDGE*, *GREEN LIFESTYLE*, DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK THE BODY SHOP

ANANDA DWI ADINTA

ABSTRACT

This study was conducted to examine the impact of environmental knowledge, green lifestyles, and corporate social responsibility on purchasing decisions regarding The Body Shop products, with a focus on Generation Z in Jakarta. The significance of this study stems from the growing interest among young people in environmental issues and the relevance of implementing sustainable business practices as an effective strategy for anticipating consumer responses. To achieve this objective, the researcher adopted a quantitative approach by distributing an online questionnaire to 119 respondents comprising members of Generation Z who were familiar with The Body Shop products. Sample selection was conducted using purposive sampling to ensure the respondents' characteristics align with the profile of the target population. To analyze the collected data, the researcher utilized the Partial Least Squares – Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method via the SmartPLS 4.0 software. Based on the research results, it was found that environmental knowledge and corporate social responsibility have a positive and significant influence on consumer purchasing decisions. Conversely, a green lifestyle does not show a significant influence on these purchasing decisions. Furthermore, environmental knowledge plays a role in increasing consumer awareness of the urgency of using environmentally friendly products, while corporate social responsibility.

Keywords: Environmental Knowledge, Green Lifestyle, Corporate Social Responsibility, Purchase Decision, Generation Z, The Body Shop

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
HALAMAN 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
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Kontribusi Penelitian.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	16
2.1 Kajian Pustaka.....	16
2.1.1 Perilaku Konsumen	16

2.1.2 Keputusan Pembelian.....	22
2.1.3 Environmental Knowledge.....	26
2.1.4 Green Lifestyle.....	27
2.1.5 Corporate Social responsibility	32
2.1.6 Penelitian Terdahulu.....	34
2.2 Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Konseptual.....	40
2.2.1 Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis.....	40
2.2.2 Kerangka Pemikiran.....	43
BAB III METODE PENELITIAN	46
3.1 Waktu Penelitian dan Tempat Penelitian.....	46
3.2 Desain Penelitian.....	47
3.3 Definisi dan Operasional Variabel	48
3.3.1 Definisi Variabel Penelitian.....	48
3.3.2 Operasional Variabel	52
3.4 Skala Pengukuran Variabel	53
3.5 Populasi dan Sampel	54
3.5.1 Populasi Penelitian.....	54
3.5.2 Sampel Penelitian.....	55
3.6 Metode Pengumpulan Data	57
3.7 Metode Analisis Data	58
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	58
3.7.2 Deskripsi Responden.....	58
3.7.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	60
3.7.4 Analisis Partial Least Square (PLS).....	60
3.7.5 Analisis Model Pengukuran (Outer Model).....	61

3.7.6 Analisis Struktural Model (Inner Model).....	63
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	67
4.1 Analisis Deskriptif.....	67
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	67
4.1.2 Deskripsi Responden.....	69
4.1.3 Deskripsi Variabel	74
4.2 Hasil Analisis Uji PLS-SEM.....	81
4.2.1 Evaluasi Hasil Uji <i>Outer Model</i>	81
4.2.2 Evaluasi Hasil Uji <i>inner Model</i>	93
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	101
4.3.1 Pengaruh Environmental Knowledge terhadap Keputusan Pembelian	101
4.3.2 Pengaruh Green Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian.....	102
4.3.3 Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Keputusan Pembelian.....	102
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	104
5.1 Kesimpulan	104
5.2 Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA.....	108
LAMPIRAN.....	118

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Kosmetik Dengan Konsep Ramah Lingkungan.....	7
1.2	Pra Survei Penelitian	11
2.1	Penelitian Terdahulu	34
3.1	Operasional Variabel	52
3.2	Instrumen Skala Likert	54
3.3	Syarat Uji R- Square	64
3.4	Syarat Uji F-Square	65
3.5	Syarat Uji Q-Square	65
4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	70
4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	71
4.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	71
4.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	72
4.6	Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran Konsumtif Perbulan.....	72
4.7	Deskripsi Variabel Environmental Knowledge.....	74
4.8	Deskripsi Variabel Green Lifestyle	76
4.9	Deskripsi Variabel Corporate Social Responsibility.....	77
4.10	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	79
4.11	Hasil Pengujian Outer Loading	83
4.12	Hasil Pengujian Composite Reliability	85

4.13	Hasil Pengujian Cronbach's Alpha.....	86
4.14	Hasil Pengujian Convergent Validity (AVE).....	87
4.15	Hasil Pengujian Discriminant Validity (Cross Loading).....	88
4.16	Hasil Pengujian Fornell Larcker	90
4.17	Hasil Pengujian Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)	92
4.18	Hasil Pengujian Model Fit	93
4.19	Hasil Pengujian Nilai R-Square	94
4.20	Uji Inner Model Multikolinearitas (VIF)	95
4.21	Hasil Pengujian Nilai F-Square.....	97
4.22	Hasil Pengujian Nilai Q-Square.....	98
4.23	Hasil Pengujian Hipotesis	99



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Proyeksi Timbulan Sampah dan Sampah Plastik di Indonesia	2
1.2	Ketertarikan Anak Muda Terkait Isu Lingkungan Hidup.....	3
1.3	Ragam Bentuk Kepedulian Konsumen Muda pada Lingkungan	5
2.1	Model Kerangka Konseptua.....	44
3.1.	Hasil Grafik Software GPower	55
4.1.	Hasil Algoritma PLS	82



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	118
Lampiran 2. Screening Question	119
Lampiran 3. Deskripsi Responden	119
Lampiran 4. Kuesioner Penelitian.....	120
Lampiran 5. Data Jawaban Responden	124

