PENGARUH *GREEN KNOWLEDGE, ENVIRONMENTALLY FRIENDLY ATTITUDE, EASE OF USE* DAN *SUSTAINABILITY AWARENESS* TERHADAP NIAT BELI PRODUK *MENSPAD*

(Studi : Pada Perempuan Generasi Z di Jakarta Barat)

SKRIPSI

Nama: Ira Nurpatimah

NIM: 43122110135

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH *GREEN KNOWLEDGE, ENVIRONMENTALLY FRIENDLY ATTITUDE, EASE OF USE* DAN *SUSTAINABILITY AWARENESS* TERHADAP NIAT BELI PRODUK *MENSPAD*

(Studi : Pada Perempuan Generasi Z di Jakarta Barat)

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana

Jakarta

Nama: Ira Nurpatimah

NIM: 43122110135

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

SURAT PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	IRA NURPATIMAH
NIM	:	43122110135
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi & Bisnis / Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

"PENGARUH *GREEN KNOWLEDGE, ENVIRONMENTALLY FRIENDLY ATTITUDE, EASE OF USE* DAN *SUSTAINABILITY AWARENESS* TERHADAP NIAT BELI PRODUK *MENSPAD* (Studi : Pada Perempuan Generasi Z di Jakarta Barat)"

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.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 20 Januari 2026



Ira Nurpatimah

lib.mercubuana.ac.id

UNIVERSITAS MERCU BUANA	**BIRO PERPUSTAKAAN** **UNIVERSITAS MERCU BUANA**	Q

No.Dokumen	**1-1-3.4.11.00**	**Distribusi**					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama	: IRA NURPATIMAH
NIM	43122110135
Fakultas / Program Studi	: FEB / Manajemen
Jenis	: Skripsi
Judul Akhir Skripsi	: PENGARUH GREEN KNOWLEDGE, ENVIRONMENTALLY FRIENDLY ATTITUDE, EASE OF USE DAN SUSTAINABILITY AWARENESS TERHADAP NIAT BELI PRODUK MENSPAD (Studi: Pada Perempuan Generasi Z di Jakarta Barat)
Hasil Pengecekan Turnitin	: 28%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **28%** 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, 01 September 2026

Kepala Biro

Perpustakaan

Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

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

2026/September/01/0000001249/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

lib.mercubuana.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Ira Nurpatimah
NIM	:	43122110135
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	Pengaruh Green Knowledge, Environmentally Friendly Attitude, Ease Of Use, Dan Sustainability Awareness Terhadap Niat Beli Produk Menspad (Studi : Pada Perempuan Generasi Z di Jakarta Barat

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

Dr. Catur Widayati, S.E., M.M

NIDN/NUPTK: 0314127301

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Ketua Program Studi S1 Manajemen
Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA	Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 0307036901	NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-07266480

Scan QR or click here to Verification

lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **"Pengaruh *Green Knowledge, Environmentally Friendly Attitude, Ease of Use,* dan *Sustainability Awareness* Terhadap Niat Beli Produk *Menspad* (Studi: pada Perempuan Generasi Z di Jakarta Barat)"**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada 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., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana
3. Assoc. Prof. Dudi Permana, Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana
4. Catur Widayati, Dr. SE, MM., selaku dosen pembimbing skripsi 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. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada penulis.
7. Bapak dan Ibu di bagian adminitrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama kuliah.

lib.mercubuana.ac.id

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, 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, 20 Juli 2026

Ira Nurpatimah

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama	: IRA NURPATIMAH
NIM	: 43122110135
Fakultas/Program Studi	: Ekonomi & Bisnis / Manajemen
Judul Tugas Akhir	: PENGARUH *GREEN KNOWLEDGE, ENVIRONMENTALLY FRIENDLY ATTITUDE, EASE OF USE* DAN *SUSTAINABILITY AWARENESS* TERHADAP NIAT BELI PRODUK *MENSPAD* (Studi : Pada Perempuan Generasi Z di Jakarta Barat)

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, 08 September 2026

Yang menyatakan,



Ira Nurpatimah

lib.mercubuana.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Green Knowledge, Environmentally Friendly Attitude, Ease of Use,* dan Sustainability Awareness terhadap Niat Beli Produk *Menspad* pada perempuan Generasi Z di Jakarta Barat. Fenomena menunjukkan adanya lonjakan limbah pembalut sekali pakai yang mencapai 42.000 ton per bulan, sementara hasil pra-survei mengindikasikan ketertarikan Generasi Z untuk beralih ke alternatif produk yang berkelanjutan, namun masih terdapat research gap terkait inkonsistensi pengaruh faktor pengetahuan, sikap, kemudahan, dan kesadaran terhadap niat pembelian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan kausal. Populasi penelitian adalah perempuan Generasi Z di wilayah Jakarta Barat yang belum pernah membeli produk *Menspad,* dengan jumlah sampel ditentukan menggunakan teknik purposive sampling sebanyak 160 responden. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner online (Google Form) dan dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS) versi 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Green Knowledge, Environmentally Friendly Attitude,* dan *Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli Produk. Indikator terkuat pada masing-masing variabel berturut-turut adalah pengetahuan mengenai pengurangan limbah (GK4), preferensi produk hijau dibanding konvensional (EFA3), dan faktor kenyamanan produk saat digunakan (EOU2). Sebaliknya, *Sustainability Awareness* terbukti berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Niat Beli Produk, di mana pertimbangan aspek keberlanjutan sebelum membeli produk (SA4) menjadi refleksi terkuatnya. Hal ini mengindikasikan bahwa tingginya kesadaran ekologis Generasi Z justru membuat mereka lebih selektif atau ragu untuk langsung membeli apabila produk belum terbukti memberikan manfaat praktis harian. Model ini memiliki kemampuan prediktif yang kuat dengan nilai R2 sebesar 97,6%. Temuan ini memberikan implikasi praktis bahwa produsen *Menspad* perlu menonjolkan sertifikasi ramah lingkungan, membuat kampanye visual perbandingan limbah yang kreatif, meningkatkan riset kenyamanan bahan baku (serat bambu organik), serta menyediakan *starter kit* terjangkau untuk memfasilitasi niat mencoba konsumen. Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi dalam memperkuat integrasi *Theory of Planned Behavior* (TPB) pada domain perilaku konsumsi *sustainable hygiene product.* Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengeksplorasi variabel lain seperti *perceived risk, green advertising,* atau persepsi harga untuk memperluas model penelitian.

Kata Kunci: ***Green Knowledge, Environmentally Friendly Attitude, Ease of Use*, *Sustainability Awareness*, Dan Niat Beli**

lib.mercubuana.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the influence of Green Knowledge, Environmentally Friendly Attitude, Ease of Use, and Sustainability Awareness on the Purchase Intention of Menspad products among Generation Z women in West Jakarta. The phenomenon shows a surge in single-use sanitary pad waste reaching 42,000 tons per month, while pre-survey results indicate Generation Z's interest in switching to sustainable product alternatives, yet a research gap remains regarding the inconsistency of the effects of knowledge, attitude, Ease of Use, and awareness factors on purchase intentions. This study employs a quantitative method with a causal approach. The research population comprises Generation Z women in the West Jakarta area who have never purchased Menspad products, with the sample size determined using a purposive sampling technique consisting of 160 respondents. Data were collected through the distribution of an online questionnaire (Google Form) and analyzed using Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) version 4.0. The results indicate that Green Knowledge, Environmentally Friendly Attitude, and Ease of Use have a positive and significant effect on Purchase Intention. The strongest indicators for each variable are the knowledge regarding waste reduction (GK4), the preference for green products over conventional ones (EFA3), and the comfort factor during product usage (EOU2), respectively. Conversely, Sustainability Awareness is proven to have a negative and significant effect on Purchase Intention, with the consideration of sustainability aspects before purchasing products (SA4) being its strongest reflection. This indicates that the high ecological awareness of Generation Z actually makes them more selective or hesitant to buy directly if the product has not been proven to provide daily practical benefits. This model possesses a strong predictive capability with an R2 value of 97.6%. These findings offer practical implications that Menspad manufacturers need to highlight eco-friendly certifications, create creative visual waste comparison campaigns, enhance research on material comfort (organic bamboo fiber), and provide affordable starter kits to facilitate consumers' intention to try the product. Theoretically, this study contributes to strengthening the integration of the Theory of Planned Behavior (TPB) within the domain of sustainable hygiene product consumption behavior. For future research, it is recommended to explore other variables such as perceived risk, green advertising, or price perception to expand the research model.

Keywords: Green Knowledge, Environmentally Friendly Attitude, Ease of Use, Sustainability Awareness, And Purchase Intention.

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

SAMPUL **0**
JUDUL **I**
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI **II**
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN **III**
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI **IV**
KATA PENGANTAR **VII**
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH DI REPOSITORI UMB **VII**

ABSTRAK **VIII**
ABSTRACT **IX**
DAFTAR ISI **X**
DAFTAR TABEL **XII**
DAFTAR GAMBAR **XIII**
DAFTAR LAMPIRAN **XIV**
BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang Penelitian 1
B. Rumusan Masalah 11
C. Tujuan Penelitian 11
D. Kontribusi Penelitian 12
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS **13**
A. Kajian Pustaka 13
1. Sustainable Development Goals (SDGs) 13
2. Theory of Planned Behavior (TPB) 15
3. Niat Beli 16
4. *Green Knowledge* 21
5. *Environmentally Friendly Attitude* 24
6. *Ease of Use* 26
7. *Sustainability Awareness* 28
8. Penelitian Terdahulu 31
B. Pengembangan Hipotesis 34
1. Pengaruh *Green Knowledge* Terhadap Niat Beli 34
2. Pengaruh *Environmentally Friendly Attitude* Terhadap Niat Beli 35
3. Pengaruh *Ease of Use* Terhadap Niat Beli 36
4. Pengaruh *Sustainability Awareness* Terhadap Niat Beli Produk 36
C. Kerangka Konseptual 38
BAB III METODE PENELITIAN **39**
A. Waktu dan Tempat Penelitian 39
B. Desain Penelitian 39
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel 39
1. Definisi Variabel 39
2. Operasionalisasi Variabel 41

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

D. Skala Pengukuran Variabel 44
E. Populasi dan Sampel Penelitian 45
1. Populasi Penelitian 45
2. Sampel Penelitian 45
F. Metode Pengumpulan Data 46
G. Metode Analisis Data 47
H. Model Pengukuran (*Outer Model*) 48
I. Model Struktural (Inner Model) 50
J. Uji Hipotesis 53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 55
A. Analisis Deskriptif 55
1. Gambaran Umum Objek Penelitian 55
2. Deskripsi Responden 57
3. Deskripsi Variabel 60
B. Uji Instrumen 66
1. Uji Validitas 66
2. Uji Reliabilitas 73
C. Analisis Partial Least Square 74
1. Hasil Pengujian Model Struktural 74
D. Pembahasan Penelitian 78
1. Pengaruh *Green Knowledge* terhadap Niat Beli Produk 78
2. Pengaruh *Environmentally Friendly Attitude* terhadap Niat Beli Produk 80
3. Pengaruh *Ease of Use* terhadap Niat Beli Produk 83
4. Pengaruh *Sustainability Awareness* terhadap Niat Beli Produk 85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 88
A. Kesimpulan 88
B. Saran 90
DAFTAR PUSTAKA 95
LAMPIRAN 101

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Pra SurveiFaktor yang Memengaruhi Minat Beli	8
2.1	Penelitian Terdahulu	31
3.1	Pengukuran Variabel	41
3.2	Skala Likert	44
3.3	Kriteria Sampel Penelitian	45
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	58
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	59
4.5	Deskripsi Variabel *Green Knowledge* (X1)	60
4.6	Deskripsi Variabel *Environmentally Friendly Attitude* (X2)	62
4.7	Deskripsi Variabel *Ease of Use* (X3)	63
4.8	Deskripsi Variabel *Sustainability Awareness* (X4)	64
4.9	Deskripsi Variabel Niat Beli Produk (Y)	65
4.10	Hasil Pengujian *Convergent Validity*	67
4.11	Hasil Uji *Discriminant Validity (Cross Loading)*	69
4.12	Hasil Uji *Average Variance Extracted*	71
4.13	Hasil Pengujian Fornell-Larcker Criterion	71
4.14	Hasil Uji Heterotrait-Monotrait Ratio of Correlation (HTMT)	72
4.15	Hasil Uji Reliabilitas (Composite Reliability)	74
4.16	Hasil Uji F-Square	75
4.17	Hasil Uji R-Square	76
4.18	Hasil Uji Q-Square	77
4.19	Hasil Pengujian Hipotesis	77

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Produk Menstruasi Menjadi Produk Paling Banyak di Beli Generasi Z	2
1.2	Generasi Z yang Pernah Menggunakan *Menspad*	4
2.1	Sustainable Development Goals (SDGs)	13
2.2	Kerangka Konseptual	38
4.1	*Outer Model (PLS-SEM Algorithm)*	68

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Tabel	Judul	Halaman
1	Pra-Survey	101
2	Kuesioner Penelitian	102
3	Hasil Kuesioner Penelitian	107
4	Deskripsi Responden	139
5	Hasil Uji Deskriptif Variabel	140
6	Hasil Uji Hipotesis (Boostrapping)	144

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id