



PENGARUH *ENVIRONMENTAL CONCERN*, *ALTRUISTIC VALUES ORIENTATION*, DAN *PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL* TERHADAP *ATTITUDE* SERTA IMPLIKASINYA PADA *GREEN PURCHASE INTENTION SKINCARE* RAMAH LINGKUNGAN



TESIS

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
IDA ROYANI
55122110008

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

2024



PENGARUH *ENVIRONMENTAL CONCERN*, *ALTRUISTIC VALUES ORIENTATION*, DAN *PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL* TERHADAP *ATTITUDE* SERTA IMPLIKASINYA PADA *GREEN PURCHASE INTENTION SKINCARE* RAMAH LINGKUNGAN

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Studi Magister Manajemen

IDA ROYANI

55122110008

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2024

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Environmental Concern*, *Altruistic Values Orientation*, dan *Perceived Behavioral Control* terhadap *Attitude* serta Implikasinya pada *Green Purchase Intention Skincare* Ramah Lingkungan

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Ida Royani

NIM : 55122110008

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 13 Agustus 2024

Mengesahkan
Pembimbing

UNIVERSITAS

Dr. Erna Sofriana Imaningsih, S.E., M.Si.
MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi Magister Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak.



Dr. Lenny Christina Nawangsari, MM., CHRA.

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Pengaruh *Environmental Concern, Altruistic Values Orientation*, dan *Perceived Behavioral Control* terhadap *Attitude* serta Implikasinya pada *Green Purchase Intention Skincare* Ramah Lingkungan

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Ida Royani

NIM : 55122110008

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 13 Agustus 2024

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

MERCU BUANA

Jakarta, 13 Agustus 2024



Ida Royani

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh,

Nama : Ida Royani

NIM : 55122110008

Program Studi : Magister Manajemen

Dengan judul “Pengaruh *Environmental Concern, Altruistic Values Orientation, dan Perceived Behavioral Control* terhadap *Attitude* serta Implikasinya pada *Green Purchase Intention Skincare Ramah Lingkungan*” telah melakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 27/07/2024, didapatkan nilai persentase sebesar 16%.

Jakarta, 27 Juli 2024
Administrator Turnitin



Aric Pangudi, A.Md

KATA PENGANTAR

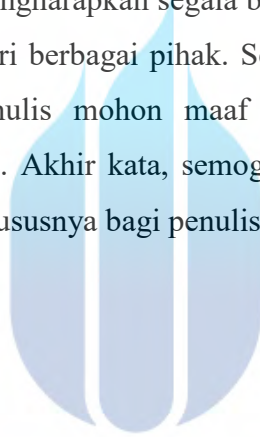
Ahamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini dengan judul **“Pengaruh *Environmental Concern, Altruistic Values Orientation, dan Perceived Behavioral Control* terhadap *Attitude* serta Implikasinya pada *Green Purchase Intention Skincare Ramah Lingkungan*”**. Tesis ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Tesis yang telah memberikan waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya Tesis ini. Penyusunan Tesis ini juga tidak terlepas 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 Tesis ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ir. 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. Dr. Lenny Christina Nawangsari, MM., CHRA, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dudi Permana, Ph.D., selaku Dosen *Marketing Research*, yang telah berkenan memberikan ilmu dan solusi pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam penulisan Tesis ini.
5. Bapak Mas Wahyu Wibowo, Ph.D., selaku dosen penguji, yang telah memberikan masukan dan saran agar Tesis ini menjadi lebih baik.
6. Segenap Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana, yang telah dengan tulus dan penuh dedikasi memberikan ilmu yang sangat berharga, serta menginspirasi kami untuk terus berkembang dan berkontribusi bagi masyarakat.

7. Teristimewa, kepada suami, kedua orang tua dan anak-anak tercinta yang telah memberikan semangat, do'a dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan Tesis ini.
8. Seluruh teman-teman seangkatan 2022/2023 di Universitas Mercu Buana.
9. Dan kepada seluruh responden yang telah membantu menjawab kuesioner pada penelitian ini.

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 hati, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam Tesis ini. Akhir kata, semoga Tesis ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.



Jakarta, 13 Agustus 2024

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Ida Royani

DAFTAR ISI

	Halaman
<i>ABSTRACT</i>	iii
ABSTRAK	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
LEMBAR PERNYATAAN.....	vi
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	216
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	33
1.3. Tujuan Penelitian	34
1.4. Kontribusi Penelitian	35
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	37
2.1. Kajian Teori.....	37
2.2. Penelitian Terdahulu	78
2.3. Pengembangan Hipotesis dan Hubungan Antar Variabel	89
2.4. Rerangka Konseptual	110
BAB III METODE PENELITIAN	113
3.1. Desain Penelitian	113
3.2. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	113
3.3. Populasi dan Sampel	123
3.4. Metode Pengumpulan Data	126
3.5. Metode Analisis Data	127
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	139

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	139
4.2. Statistik Deskriptif	140
4.3. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square (PLS)</i>	155
4.4. Pembahasan	170
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	191
5.1. Kesimpulan	191
5.2. Saran	195
DAFTAR PUSTAKA	202
LAMPIRAN	216



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Daftar Merek <i>Skincare</i> Ramah Lingkungan	19
Tabel 1.2 Pra-Survei.....	28
Tabel 1.3 <i>Research Gap</i> pada Penelitian <i>Green Purchase Intention</i>	31
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	78
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	120
Tabel 3.2 Instrumen Skala <i>Likert</i>	123
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	141
Tabel 4.2 Usia	142
Tabel 4.3 Pendidikan.....	143
Tabel 4.4 Pekerjaan.....	144
Tabel 4.5 Pendapatan	145
Tabel 4.6 Domisili.....	146
Tabel 4.7 Variabel <i>Environmental Concern</i>	148
Tabel 4.8 Variabel <i>Altruistic Values Orientation</i>	150
Tabel 4.9 Variabel <i>Perceived Behavioral Control</i>	151
Tabel 4.10 Variabel <i>Attitude</i>	153

Tabel 4.11 Variabel <i>Green Purchase Intention</i>	154
Tabel 4.12 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	157
Tabel 4.13 Hasil Pengujian <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	160
Tabel 4.14 Hasil Pengujian <i>HTMT</i>	176
Tabel 4.15 Hasil Pengujian <i>Collinearity</i>	162
Tabel 4.16 Hasil Pengujian <i>Model Fit</i>	163
Tabel 4.17 Hasil Pengujian <i>R-Square</i>	164
Tabel 4.18 Hasil Pengujian <i>Predictive Relevance Q-Square (Q²)</i>	165
Tabel 4.19 Hasil Pengujian <i>f-square (f²)</i>	166
Tabel 4.20 Hasil Pengujian Hipotesis	169



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Merek Kosmetik Lokal Paling Banyak Digunakan di Indonesia	8
Gambar 1.2 Merek <i>Skincare</i> Ramah Lingkungan Terpopuler di Indonesia	21
Gambar 1.3 Merek <i>Skincare</i> Lokal Terlaris di <i>E-Commerce</i>	22
Gambar 2.1 <i>Value-Attitude-Behavior Model</i>	42
Gambar 2.2 Model <i>Value-Belief-Norm Theory</i>	74
Gambar 2.3 Model <i>Theory of Planned Behavior</i>	49
Gambar 2.4 Rerangka Konseptual	110
Gambar 4.1 <i>Output Model PLS Algorithm</i>	158
Gambar 4.2 Hasil Pengujian <i>Bootstrapping</i>	168

MERCU BUANA