

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus karena telah memberikan kekuatan dan hikmat untuk membantu penulis mengerjakan tugas akhir yang memiliki judul **“Analisis Pengaruh *Green Packaging, Green Product, Green Advertising* terhadap Minat Beli Konsumen dengan Variabel *Intervening* Persepsi Konsumen pada Perusahaan The Body Shop Indonesia”** Tugas Akhir ini berbentuk skripsi yang merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Pelita Harapan.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada Bapak Danet Arya Patria, S.E., M.B.A. yang telah mencurahkan waktu, pikiran, perhatian, dukungan dan tenaga untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan tugas akhir. Banyak kritik, ide dan saran yang telah diberikan Beliau sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.

Dukungan moral dan materil juga banyak didapatkan penulis sehingga tugas akhir dalam bentuk skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, M.B.A., Ph.D. selaku Dekan Ekonomi di Universitas Pelita Harapan.
2. Ibu Isana S.C. Meranga, S.p., M.M. selaku ketua program studi Manajemen di Universitas Pelita Harapan.

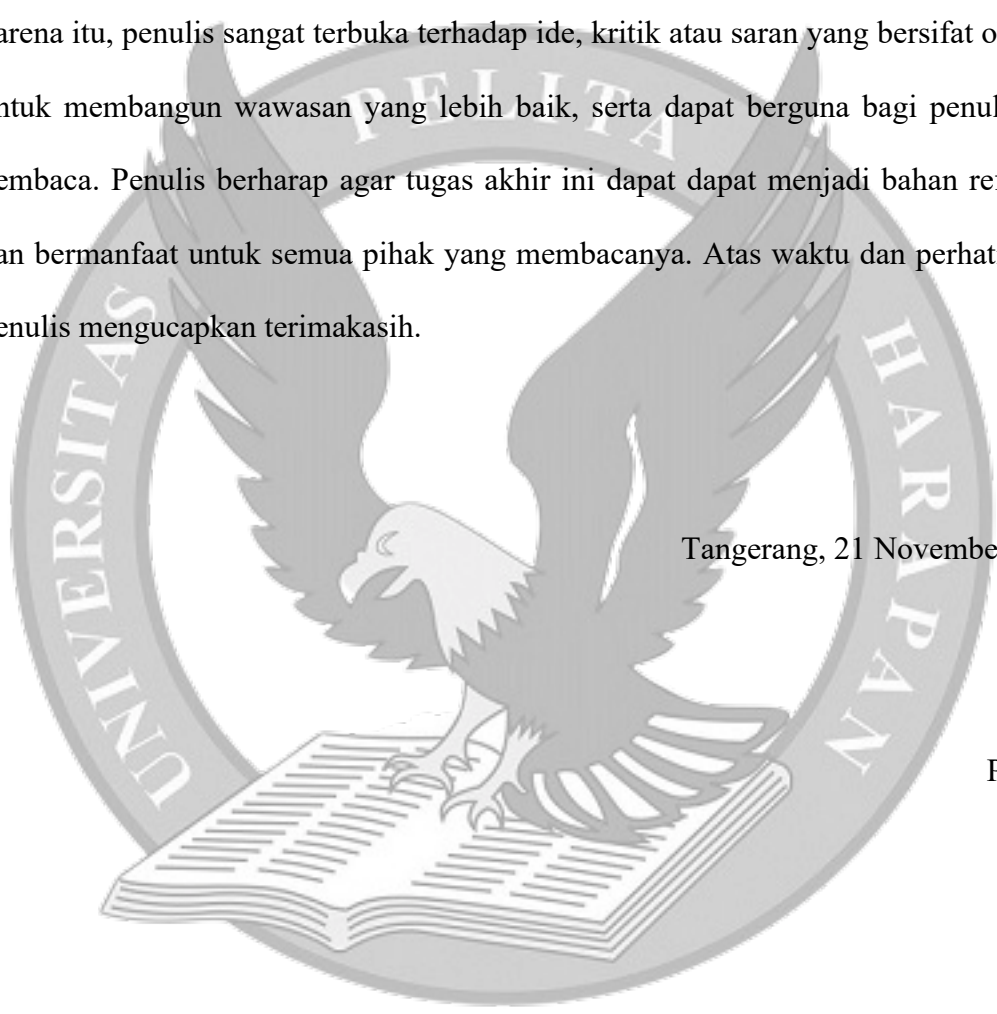
3. Bapak Danet Arya Patria, S.E., M.B.A. selaku ketua konsentrasi retail di Universitas Pelita Harapan dan selaku pembimbing tugas akhir skripsi.
4. Ibu Dr. Margaretha Pink Berlianto SE., M.M, AK., CA, selaku Pembimbing Akademik.
5. Seluruh dosen yang telah memberikan bantuan dalam bentuk ilmu, pesan moral dan saran yang sangat bermanfaat bagi peneliti selama menjalankan studi di Universitas Pelita Harapan.
6. Seluruh Staff Universitas Pelita Harapan yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam kegiatan administratif.
7. Kedua orang tua penulis dan kakak laki-laki penulis, yang telah memberikan semangat, dukungan, nasihat, doa dan kasih sayang kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.
8. Segenap keluarga penulis yang terus mendoakan, menyemangati penulis serta memberikan sukacita kepada penulis, ketika penulis sedang mengerjakan tugas akhir.
9. Teman – teman dekat penulis yaitu Sylviana Fransisca, Angeline Kartika, Cindy Pratama, Lensy Gabriella, dan Christine Goh yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
10. Teman Menuju Sarjana yaitu Rosita dan Valent Veronica yang telah memberikan semangat, dan saran kepada penulis.
11. Seluruh Anggota dari Keluarga Tak Berencana yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.

12. Seluruh Responden dalam penelitian ini yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk menjawab kuesioner yang diberikan oleh penulis.

Penulis menyadari bahwa terdapat banyak kekurangan yang ada dalam skripsi ini. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap ide, kritik atau saran yang bersifat objektif untuk membangun wawasan yang lebih baik, serta dapat berguna bagi penulis dan pembaca. Penulis berharap agar tugas akhir ini dapat menjadi bahan referensi dan bermanfaat untuk semua pihak yang membacanya. Atas waktu dan perhatiannya penulis mengucapkan terimakasih.

Tangerang, 21 November 2020

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	
Abstrak	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Manfaat Penelitian	17
1.4.1 Manfaat Teoritis	17
1.4.2 Manfaat Praktis	17
1.5 Sistematika Penulisan	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1 Industri Kosmetik	19
2.2 Green marketing	22
2.3 Green consumer	24
2.4 Konstruk / Variabel	28
2.4.1 <i>Green Packaging</i>	28
2.4.2 <i>Green Product</i>	31
2.4.3 <i>Green Advertising</i>	34
2.4.4 Persepsi konsumen	36
2.4.5 Minat Beli	38

2.5	Hipotesis	39
2.5.1	<i>Green Packaging</i> dan Persepsi konsumen.....	41
2.5.2	<i>Green Product</i> dan Persepsi konsumen.....	41
2.5.3	<i>Green Advertising</i> dan Persepsi Konsumen.....	42
2.5.4	<i>Green Packaging</i> dan Minat Beli	43
2.5.5	<i>Green Product</i> dan Minat Beli.....	44
2.5.6	<i>Green Advertising</i> dan Minat Beli.....	46
2.5.7	Persepsi Konsumen dan Minat Beli.....	47
2.6	Model Penelitian.....	49
BAB III METODE PENELITIAN.....		50
3.1	Objek Penelitian.....	50
3.2	Unit Analisis	50
3.3	Tipe Penelitian	52
3.4	Definisi Konseptual dan Definisi Operasional	54
3.5	Populasi dan Sampel.....	59
3.5.1	Penentuan Jumlah Sampel	60
3.5.2	Metode Penarikan Sampel	61
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	63
3.7	Metode Analisis Data	65
3.8	Pengujian Instrumen Penelitian	66
3.8.1	<i>Measurement Model (Outer Model)</i>	66
3.8.1.1	Uji Validitas.....	66
3.8.1.2	Uji Reliabilitas	68
3.9	Structural Model (Inner Model).....	69
3.10	Hasil Uji Instrumen Pendahuluan.....	70
3.10.1	Hasil Uji Validitas Konvergen Pendahuluan	70
3.10.2	Hasil Uji Validitas Diskriminan Pendahuluan.....	75
3.10.3	Hasil Uji Reliabilitas Pendahuluan	77
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		79
4.1	Hasil Penelitian.....	79

4.1.1	Profil Responden Aktual.....	80
4.1.1.1	Jenis Kelamin.....	80
4.1.1.2	Usia.....	81
4.1.1.3	Domisili.....	82
4.1.1.4	Pendidikan Terakhir.....	83
4.1.1.5	Pekerjaan.....	84
4.1.1.6	Penghasilan.....	85
4.1.1.7	Pertimbangan Mengenai Isu Lingkungan.....	85
4.2	Statistik Deskriptif.....	87
4.3	Analisis Data Penelitian.....	90
4.3.1	Measurement Model (Outer Model).....	91
4.3.1.1	Uji Validitas Aktual.....	91
4.3.1.2	Uji Reliabilitas.....	95
4.3.2	Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	96
4.3.2.1	Koefisien Determinasi (R-square).....	96
4.3.2.2	Uji Kolinearitas (Collinearity Statistic).....	97
4.3.2.3	Uji Hipotesis (Path Coefficients Bootstrapping).....	98
4.4	Pembahasan Hipotesis.....	103
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		110
5.1	Kesimpulan.....	110
5.2	Implikasi Teoritis.....	111
5.3	Implikasi Manajerial.....	112
5.4	Keterbatasan Penelitian.....	116
5.5	Saran untuk Peneliti Selanjutnya.....	117
Daftar Pustaka.....		118
LAMPIRAN.....		xvi

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	49
Gambar 4.1 Model Pengukuran Aktual	90



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penemuan Kasus Kosmetik Kimia Berbahaya	3
Tabel 1.2 Preferensi Masyarakat Indonesia dalam Membeli Produk Kosmetik.....	4
Tabel 1.3 Jumlah Sampah Plastik Berdasarkan Industri.....	7
Tabel 1.4 Top Brand Index The Body Shop Indonesia	11
Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional	54
Tabel 3.2 Uji Validitas Konvergen Pendahuluan (<i>Green Packaging</i>).....	71
Tabel 3.3 Uji Validitas Konvergen Pendahuluan (<i>Green Product</i>).....	72
Tabel 3.4 Uji Validitas Konvergen Pendahuluan (<i>Green Advertising</i>).....	72
Tabel 3.5 Uji Validitas Konvergen Pendahuluan (Persepsi Konsumen).....	73
Tabel 3.6 Uji Validitas Konvergen Pendahuluan (Minat Beli Konsumen).....	74
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas <i>Average Variance Extracted</i> Pendahuluan	74
Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas Diskriminan Fornell Larcker Pendahuluan.....	75
Tabel 3.9 Hasil Uji Validitas Diskriminan Fornell Larcker Pendahuluan (Baru)	76
Tabel 3.10 Hasil Uji Reliabilitas Pendahuluan.....	77
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	80
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	81
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Domisili	82
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	83
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	84
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan	85
Tabel 4.7 Profil Responden berdasarkan pentingnya Isu Lingkungan	86
Tabel 4.8 Klasifikasi Sikap Responden	87
Tabel 4.9 Hasil Uji Statistik Deskriptif Aktual.....	88
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Konvergen Aktual Berdasarkan <i>Outer Loading</i>	92
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas <i>Average Variance Extracted</i> Aktual.....	93
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Diskriminan Fornell Larcker Aktual	94

Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Aktual.....	95
Tabel 4.14 Hasil <i>R square</i> (R^2)	97
Tabel 4.15 Uji Kolinearitas (<i>Collinearity Statistics</i>)	98
Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis (<i>Bootstrapping</i>)	99

