

**DETERMINAN *GREEN PURCHASE INTENTION*
PADA KONSUMEN PRODUK KOSMETIK DI KOTA BATAM**

TESIS

**Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Magister
Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**



**DISUSUN OLEH:
FLORENCE ALETTA MANALU
NIM. 14030120420032**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Determinan Green Purchase Intention Pada Konsumen Produk Kosmetik di Kota Batam

Nama : Florence Aletta Manalu

NIM : 14030120420032

Departemen : Magister Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 2 Pada Program Magister Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang.

Semarang, 06 September 2023
Menyetujui,

Dekan



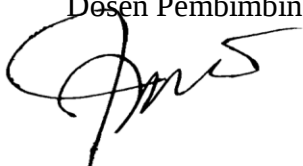
Prof. Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T
NIP. 196408271990011001

Wakil Dekan I



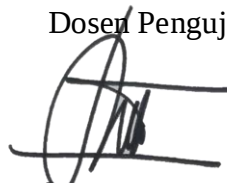
Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin
NIP. 196908221994031003

Dosen Pembimbing 1



Dr. Reni Skinta Dewi, S.Sos, M.Si
NIP. 197603302203122001

Dosen Penguji 2



Prof. Dr. Dra. Naili Farida, M.Si
NIP. 196204121989022001

Dosen Pembimbing 2



Dr. Hari Susanta N, S.Sos, M.Si
NIP. 197003031994121001

Dosen Penguji 2



Dr. Sari Listyorini, S.Sos, M.AB
NIP. 197806052003122001

**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama Lengkap : Florence Aletta Manalu
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14030120420032
3. Tempat / Tanggal Lahir : Batam / 28 November 1994
4. Jurusan / Program Studi : Magister Administrasi Bisnis
5. Alamat : Bengkong Harapan 1 Blok A No 28, Batam –
Kepulauan Riau

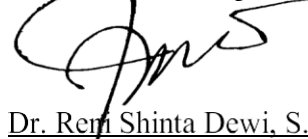
Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Tesis / TA) yang saya tulis berjudul: *Determinan Green Purchase Intention* Pada Konsumen Produk Kosmetik di Kota Batam

Adalah benar-benar **hasil karya ilmiah tulisan saya sendiri**, bukan hasil karya ilmiah tulisan orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji kemiripan Turnitin yang kurang dari atau sama dengan 20%*. Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 06 September 2023

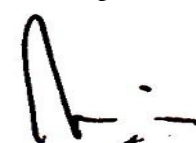
Mengetahui,
Dosen Pembimbing


Dr. Reri Shinta Dewi, S.Sos, M.Si
NIP. 197603302203122001

Pembuat Pernyataan,


Florence Aletta Manalu
NIM. 14030120420032

Ketua Program Studi


Dr. Andi Wijayanto, S.Sos, M.Si
NIP. 197503152008011014

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena atas kasih karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “*Determinan Green Purchase Intention* Pada Konsumen Produk Kosmetik Di Kota Batam”. Penulis juga ingin mengucapkan rasa terimakasih kepada kedua orangtua terkasih Bapak St. B. Manalu dan Ibu M. Tambunan, S.Keb, serta Abang Iptu Rejoice B Manalu, S.Tr.K, S.I.K, Kakak Ipar Jesisca A Hutagalung, SE, keponakan-keponakan tersayang : Eleanor Yovanka Manalu dan Dean Gevariel Manalu, yang selalu memberi semangat, kasih sayang, dan doa tiada henti kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa selama melakukan penelitian dan penyusunan tesis ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak yang telah ikut membantu dalam menyelesaikan tesis ini, khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T.P selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang
2. Bapak Dr. Andi Wijayanto, S.Sos, M.Si selaku Ketua Program Studi Magister Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro Semarang
3. Ibu Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu dalam membimbing, mengarahkan dan memberikan motivasi kepada peneliti dalam menulis tesis ini.
4. Bapak Dr. Hari Susanta Nugraha, S.Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing II sekaligus Dosen Wali, yang telah banyak meluangkan waktu dalam membimbing, mengarahkan dan memberikan motivasi kepada peneliti dalam menulis tesis ini.
5. Ibu Prof. Dr. Dra. Naili Farida, M.Si selaku Dosen Penguji I yang telah memberi banyak masukan untuk perbaikan tesis ini.
6. Ibu Dr. Sari Listyorini, S.Sos, M.AB selaku Dosen Penguji II yang telah memberi banyak masukan untuk perbaikan tesis ini.
7. Seluruh Dosen Magister Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro, yang telah memberikan ilmu bermanfaat selama masa perkuliahan.
8. Bapak Rusmanto selaku Staff Administrasi di Magister Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang.
9. Teman-teman Magister Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro Semarang Angkatan ke-II atas bantuan serta dukungan selama perkuliahan dan dalam penulisan tesis ini.

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan tesis ini, maka dari itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk kesempurnaan tesis ini.

Semarang, 06 September 2023

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Keaslian Penelitian.....	12
1.3 Rumusan Masalah.....	15
1.4 Tujuan Penelitian	16
1.5 Manfaat Penelitian	17
1.6 Tinjauan Pustaka.....	18
1.6.1 Perilaku Konsumen	18
1.6.2 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	19
1.6.3 <i>Green Purchase Intention</i>	22
1.6.4 <i>Green Attitude</i>	26
1.6.5 <i>Lifestyle of Health and Sustainability</i> (LOHAS) <i>Consumer</i> <i>Tendency</i>	32
1.6.6 <i>Green Advertising</i>	34
1.6.7 <i>Perceived Consumer Effectiveness</i>	36
1.7 Penelitian Terdahulu	39
1.8 Kerangka Penelitian	41
1.9 Hipotesis.....	44
1.9.1 Pengaruh LOHAS <i>Consumer Tendency</i> Terhadap <i>Green</i> <i>Purchase Intention</i>	44
1.9.2 Pengaruh <i>Green Advertising</i> Terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	44
1.9.3 Pengaruh <i>Perceived Consumer Effectiveness</i> Terhadap <i>Green</i> <i>Purchase Intention</i>	45
1.9.4 Pengaruh <i>Green Attitude</i> Terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	46
1.9.5 Pengaruh LOHAS <i>Consumer Tendency</i> Terhadap <i>Green Attitude</i>	47
1.9.6 Pengaruh <i>Green Advertising</i> Terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	48
1.9.7 Pengaruh <i>Perceived Consumer Effectiveness</i> Terhadap <i>Green</i> <i>Attitude</i>	48
1.9.8 Pengaruh LOHAS <i>Consumer Tendency</i> , <i>Green Advertising</i> , <i>Perceived Consumer Effectiveness</i> Terhadap <i>Green Purchase</i> <i>Intention</i> melalui <i>Green Attitude</i>	49
1.10 Definisi Operasional Penelitian	51

1.11 Metode Penelitian	54
1.11.1 Tipe dan Ruang Lingkup Penelitian	54
1.11.2 Waktu dan Lokasi Penelitian	55
1.11.3 Populasi dan Sampel Penelitian	55
1.11.4 Instrumen Penelitian	56
1.11.5 Jenis dan Sumber Data	56
1.11.6 Teknik Pengumpulan data	57
1.12 Teknik Analisis Data.....	58
1.12.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	58
1.12.2 Metode Analisis Data	59
BAB II GAMBARAN UMUM <i>SETTING</i> PENELITIAN.....	61
2.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	61
2.1.1 Perkembangan Produk Kosmetik	61
2.2 Deskripsi Lokasi Penelitian.....	66
2.2.1 Sejarah Singkat dan Kondisi Geografis Kota Batam	66
2.2.2 Demografi Penduduk Kota Batam	68
2.3 Karakteristik Responden Penelitian.....	71
2.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
2.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan ...	74
2.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	75
2.3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	76
2.3.5 Karakteristik Responden Tentang Jenis Produk Kosmetik	78
2.3.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan Untuk Produk Kosmetik	79
2.3.7 Karakteristik Responden Tentang Pengetahuan Terhadap Merek Produk Kosmetik Berlabel <i>Eco-Green</i>	81
2.3.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi Mengenai Kegunaan Produk Kosmetik <i>Eco-Green</i>	81
BAB III HASIL PENELITIAN	84
3.1 Skema Model <i>Partial Least Square</i>	84
3.1.1 Analisis <i>Outer Model</i>	84
3.2 Distribusi Jawaban Responden Penelitian.....	88
3.2.1 Distribusi Jawaban Variabel <i>LOHAS Consumer Tendency</i> ...	90
3.2.2 Distribusi Jawaban Variabel <i>Green Advertising</i>	92
3.2.3 Distribusi Jawaban Variabel <i>Perceived Consumer Effectiveness</i>	92
3.2.4 Distribusi Jawaban Variabel <i>Green Attitude</i>	95
3.2.5 Distribusi Jawaban Variabel <i>Green Purchase Intention</i>	100
3.3 Analisa <i>Inner Model</i>	102
3.3.1 Pengujian <i>Goodness of Fit</i> (GoF)	102
3.3.2 Pengujian <i>F-Square</i>	103
3.3.3 Pengujian <i>Path of Coefficient</i>	104
3.4 Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	107
BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	109
4.1 Model Akhir Hasil Penelitian.....	109
4.2 Kaitan <i>Grand Theory</i> dengan Hasil Penelitian.....	110

4.3 Pengaruh LOHAS Terhadap <i>Green Attitude</i> dan <i>Green Purchase Intention</i>	111
4.4 Pengaruh <i>Green Advertising</i> Terhadap <i>Green Attitude</i> dan <i>Green Purchase Intention</i>	113
4.5 Pengaruh <i>Perceived Consumer Effectiveness</i> Terhadap <i>Green Attitude</i> dan <i>Green Purchase Intention</i>	113
4.6 Peran Mediasi <i>Green Attitude</i>	117
BAB V PENUTUP	120
5.1 Kesimpulan Penelitian	120
5.2 Implikasi Penelitian	122
5.2.1 Implikasi Teoritis	122
5.2.2 Implikasi Manajerial	123
5.3 Keterbatasan Penelitian	125
DAFTAR PUSTAKA	127
LAMPIRAN KUESIONER PENELITIAN	134
LAMPIRAN TABEL SILANG	137
LAMPIRAN DATA RESPONDEN	139
LAMPIRAN DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN	151

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konsep <i>Theory of Planner Behavior</i> (TPB).....	21
Gambar 1.2 Kerangka Penelitian.....	44
Gambar 2.1 Peta Kota Batam	67
Gambar 2.2 Laju Pertumbuhan Penduduk Kota Batam.....	68
Gambar 2.3 Proporsi Generasi pada Penduduk Kota Batam	69
Gambar 2.4 Demografi Penduduk Kota Batam Berdasarkan Usia	70
Gambar 2.5 Jumlah Partisipasi Masyarakat Pada Penelitian	72
Gambar 2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
Gambar 2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	74
Gambar 2.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	75
Gambar 2.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	77
Gambar 2.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Produk Kosmetik .	77
Gambar 2.11 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan untuk Produk Kosmetik	77
Gambar 2.12 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengetahuan Terhadap Merek Kosmetik Berlabel <i>Eco-green</i>	81
Gambar 2.13 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi	82
Gambar 3.1 Tampilan <i>Outer Model</i>	88
Gambar 3.2 Tampilan <i>Inner Model</i>	106
Gambar 4.1 Tampilan Model Penelitian Setelah Hasil Pengujian Hipotesis...	109

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu	39
Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu.....	51
Tabel 1.3 Definisi Operasional.....	51
Tabel 1.4 Skor Jawaban Kuesioner.....	58
Tabel 1.5 Ketentuan Validitas Konvergen	58
Tabel 2.1 Jumlah Penduduk Kota Batam Per Kecamatan Tahun 2020	71
Tabel 2.2 Partisipasi Masyarakat	72
Tabel 2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
Tabel 2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan	74
Tabel 2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	75
Tabel 2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	76
Tabel 2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Produk Kosmetik	79
Tabel 2.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan Untuk Produk Kosmetik Berlabel <i>Eco-Green</i>	81
Tabel 2.9 Karakteristik Responden Tentang Pengetahuan Terhadap Merek Kosmetik Berlabel <i>Eco-Green</i>	79
Tabel 2.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi Mengenai Kegunaan Produk Kosmetik <i>Eco-Green</i>	79
Tabel 3.1 Hasil Pengujian <i>Outer Loading</i>	84
Tabel 3.2 Hasil Pengujian <i>Cross Loading</i>	85
Tabel 3.3 Hasil Pengujian <i>Average Variant Extracted (AVE)</i>	87
Tabel 3.4 Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach Alpha</i>	87
Tabel 3.5 Interpretasi Kategori <i>Mean</i>	89
Tabel 3.6 Distribusi Jawaban Variabel LOHAS	90
Tabel 3.7 Distribusi Jawaban Variabel <i>Green Advertising</i>	92
Tabel 3.8 Distribusi Jawaban Variabel <i>Perceived Consumer Effectiveness</i>	92
Tabel 3.9 Distribusi Jawaban Variabel <i>Green Attitude</i>	95
Tabel 3.10 Distribusi Jawaban Variabel <i>Green Purchase Intention</i>	98
Tabel 3.11 Hasil Pengujian <i>R-Square</i>	102
Tabel 3.12 Hasil Pengujian <i>F-Square</i>	103
Tabel 3.13 Hasil Pengujian <i>Path of Coefficient</i>	105
Tabel 3.14 Hasil Pengujian Hipotesis Langsung.....	107
Tabel 3.15 Hasil Pengujian Hipotesis Tidak Langsung	107