

**PENGARUH DIMENSI KESADARAN LINGKUNGAN, *ECO-LABEL*,
PERILAKU, *GREEN ADVERTISING*, DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *LOVE BEAUTY AND PLANET***

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana

Manajemen (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Gregorie Biuti L. W.

17 03 23420

Fakultas Bisnis & Ekonomika

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

AGUSTUS 2023

Skripsi

**PENGARUH DIMENSI KESADARAN LINGKUNGAN, *ECO-LABEL*,
PERILAKU, *GREEN ADVERTISING*, DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *LOVE BEAUTY AND PLANET***




Yang diajukan oleh:

Gregorie Biuti L.W

NPM: 17 03 23420

Telah disetujui oleh:

Pembimbing



Daniel Yudistya Wardhana, S.E., MEI.

14 Agustus 2023

PERNYATAAN

**PENGARUH DIMENSI KESADARAN LINGKUNGAN, *ECO-LABEL*,
PERILAKU, *GREEN ADVERTISING*, DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *LOVE BEAUTY AND PLANET***

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Gregorie Biuti L. W.

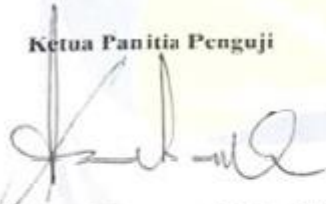
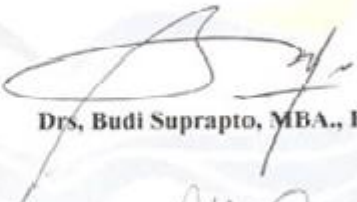

NPM: 17 03 23420

Telah dipertahankan di depan panitia Penguji pada 10 Oktober 2023

dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar

SarjanaEkonomi (S1) Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

| | |
|---|--|
| Ketua Panitia Penguji | Anggota Panitia Penguji |
|  |  |
| M. Parnawa Putranta, MBA., Ph.D. | Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D. |
| |  |
| | Daniel Yudhistya Wardhana, SE., MEL. |

Yogyakarta, 17 Oktober 2023
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Wenefrida Mahestu N Krisjanti, SE., M.Sc., Ph.D.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH DIMENSI KESADARAN LINGKUNGAN, *ECO-LABEL*,
PERILAKU, *GREEN ADVERTISING*, DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *LOVE BEAUTY AND PLANET***

benar-benar hasil karya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiat sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 14 Agustus 2023

Yang menyatakan



Gregorie Biuti L. W.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan YME, karena berkat dan kasih sayang-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Skripsi dengan judul **PENGARUH DIMENSI KESADARAN LINGKUNGAN, *ECO-LABEL*, PERILAKU, *GREEN ADVERTISING*, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *LOVE BEAUTY AND PLANET*** merupakan syarat yang harus penulis penuhi untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen dari Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY. Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan yang diberikan oleh banyak pihak. Maka dari itu, penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Daniel Yudhistya Wardhana, S.E, MEI., selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberikan nasihat untuk penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.
2. Mending Ibu penulis tersayang, yang selalu ada di hati penulis dan hadir dalam mimpi untuk selalu memberikan semangat kepada penulis. Penulis mengucapkan banyak terima kasih karena selama hidup, beliau selalu memberikan bekal kehidupan yang berguna untuk penulis di masa kini dan masa depan.
3. Kakak terkasih, Cici Gitta yang menjadi penyemangat hidup penulis. Terima kasih sudah selalu sabar dan tetap memberikan perhatian kepada penulis.

4. Para responden yang telah bersedia mengisi kuisisioner sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Keluarga besar serta mendiang Tante dan Nenek penulis yang mendoakan penulis agar selalu mendapatkan berkat dan selalu dalam lindungan Tuhan.
6. Orang terdekat penulis, Andreeana, Bram, Abel, David, dan Zuniga, Mba Okta, Elviano, dan Mas Nova yang selalu merangkul dan mendukung penulis saat penulis merasa sendirian dan berada dalam kesulitan. Mima, Yosefa, Etak, Lia, Oliv, dan Vira yang selalu hadir mewarnai hari-hari penulis saat kuliah.
7. Para anggota *Seventeen*, terutama Yoon Jeonghan dan Choi Seungcheol, yang memberikan keyakinan dan motivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi hingga selesai.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penelitian ini, namun penulis berharap bahwa penelitian ini dapat berguna bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 14 Agustus 2023

Penulis



Gregorie Biuti L.W

MOTTO

“For I know the plans I have for you,” declares the Lord, “plans to prosper you and not to harm you, plans to give you hope and a future.”

Jeremiah 29:11

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| PERNYATAAN | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| MOTTO..... | vii |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| BAB 1 | 1 |
| PENDAHULUAN | 2 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 2 |
| 1.2 Rumusan Masalah Penelitian | 9 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 10 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 11 |
| 1.5 Batasan Penelitian..... | 11 |
| 1.6 Sistematika Penulisan | 12 |
| BAB 2 | 14 |
| LANDASAN TEORI..... | 14 |
| 2.1 Definisi Keputusan Pembelian | 14 |
| 2.2 Definisi Kesadaran Lingkungan | 14 |
| 2.3 Definisi <i>Eco-label</i> | 15 |
| 2.4 Definisi Perilaku | 15 |
| 2.5 Definisi <i>Green Advertising</i> | 16 |
| 2.6 Definisi Harga | 16 |
| 2.7 Tinjauan Pustaka Penelitian Terdahulu | 17 |
| 2.8 Kerangka Penelitian | 23 |
| 2.9 Hipotesis..... | 23 |
| BAB 3 | 26 |
| METODE PENELITIAN..... | 26 |
| 3.1 Lingkup Penelitian..... | 26 |

| | | |
|----------------------|---|----|
| 3.1.1 | Jenis Penelitian | 26 |
| 3.1.2 | Populasi dan Sampel..... | 26 |
| 3.2 | Metode Pengumpulan Data | 27 |
| 3.3 | Metode Pengukuran Data..... | 28 |
| 3.4 | Metode Pengujian Instrumen | 29 |
| 3.4.1 | Uji Validitas | 29 |
| 3.4.2 | Uji Reliabilitas..... | 31 |
| 3.5 | Metode Analisis Data..... | 32 |
| 3.5.1 | Analisis Deskriptif..... | 32 |
| 3.5.2 | Analisis Regresi Linear Berganda | 33 |
| 3.5.3 | Pengujian Hipotesis | 34 |
| BAB 4 | | 36 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN | | 36 |
| 4.1 | Analisis Deskriptif..... | 36 |
| 4.1.1 | Jenis Kelamin | 36 |
| 4.1.2 | Usia..... | 37 |
| 4.1.3 | Pekerjaan..... | 38 |
| 4.1.4 | Penghasilan Bulanan..... | 38 |
| 4.1.5 | Pengaruh Kesadaran Lingkungan pada Keputusan Pembelian Produk <i>Love Beauty and Planet</i> | 39 |
| 4.1.6 | Pengaruh <i>Eco-label</i> pada Keputusan Pembelian Produk <i>Love Beauty and Planet</i> | 40 |
| 4.1.7 | Pengaruh Perilaku pada Keputusan Pembelian Produk <i>Love Beauty and Planet</i> | 41 |
| 4.1.8 | Pengaruh <i>Green Advertising</i> pada Keputusan Pembelian Produk <i>Love Beauty and Planet</i> | 42 |
| 4.1.9 | Pengaruh Harga pada Keputusan Pembelian Produk <i>Love Beauty and Planet</i> | 43 |
| 4.2 | Analisis Regresi Linear Berganda | 44 |
| 4.3 | Pengujian Hipotesis | 45 |
| 4.3.1 | Uji F | 45 |
| 4.3.2 | Uji T..... | 46 |
| 4.3.3 | Koefisien Determinasi <i>R</i> ² | 48 |

| | |
|----------------------------------|-----|
| 4.4 Pembahasan..... | 48 |
| BAB 5 | 51 |
| PENUTUP | 51 |
| 5.1 Kesimpulan | 51 |
| 5.2 Implikasi Manajerial | 52 |
| 5.3 Keterbatasan Penelitian..... | 53 |
| 5.4 Saran | 54 |
| DAFTAR PUSTAKA | 55 |
| LAMPIRAN 1 | 57 |
| LAMPIRAN 2 | 66 |
| LAMPIRAN 3 | 68 |
| LAMPIRAN 4 | 75 |
| LAMPIRAN 5 | 122 |
| LAMPIRAN 6 | 124 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Logo Love Beauty and Planet | 8 |
| Gambar 2.1 Kerangka Penelitian Diadaptasi dari (Tan et al., 2019) | 23 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1.1 Produk Ramah Lingkungan di Indonesia | 4 |
| Tabel 1.2 Produk <i>Love Beauty and Planet</i> | 6 |
| Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian Terdahulu | 18 |
| Tabel 3.1 Skala Lima Poin pada Kuesioner | 28 |
| Tabel 3.2 Kategori Rata-rata (<i>Mean</i>) berdasarkan Hasil Interval Kelas | 29 |
| Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas | 30 |
| Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas | 32 |
| Tabel 4.1 Deskripsi Jenis Kelamin Responden | 37 |
| Tabel 4.2 Deskripsi Usia Responden | 37 |
| Tabel 4.3 Deskripsi Pekerjaan Responden | 38 |
| Tabel 4.4 Deskripsi Penghasilan Bulanan Responden..... | 38 |
| Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Pengaruh Kesadaran Lingkungan pada Keputusan Pembelian Produk <i>Love Beauty and Planet</i> | 39 |
| Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Pengaruh <i>Eco-label</i> pada Keputusan Pembelian Produk <i>Love Beauty and Planet</i> | 40 |
| Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Pengaruh Perilaku pada Keputusan Pembelian Produk <i>Love Beauty and Planet</i> | 41 |
| Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Pengaruh <i>Green Advertising</i> pada Keputusan Pembelian Produk <i>Love Beauty and Planet</i> | 42 |
| Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Pengaruh Harga pada Keputusan Pembelian Produk <i>Love Beauty and Planet</i> | 43 |
| Tabel 4.10 Pengaruh Kesadaran Lingkungan, <i>Eco-label</i> , Perilaku, <i>Green Advertising</i> , dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Love Beauty and Planet</i> | 45 |

**PENGARUH DIMENSI KESADARAN LINGKUNGAN, *ECO-LABEL*,
PERILAKU, *GREEN ADVERTISING*, DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *LOVE BEAUTY AND PLANET***

Gregorie Biuti Limit Wibowo

17 03 23420

Dosen Pembimbing:

Daniel Yudistya Wardhana, S.E., MEI.

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kesadaran lingkungan, *eco-label*, perilaku, *green advertising* dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk *Love Beauty and Planet*. Sampel penelitian ini adalah konsumen yang sedang atau pernah menggunakan produk *Love Beauty and Planet* dengan usia 18-25 tahun di Indonesia. Tujuan dari penelitian adalah menguji pengaruh antara dimensi kesadaran lingkungan, *eco-label*, perilaku, *green advertising* dan harga dengan keputusan pembelian produk. Responden yang terkumpul sebanyak 183 responden. Pengolahan data responden menggunakan alat *SPSS Statistic 27*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif atau selaras antara kesadaran lingkungan, perilaku dan harga terhadap keputusan pembelian produk. Sedangkan *eco-label* dan *green advertising* memiliki pengaruh negatif atau berlawanan terhadap keputusan pembelian produk *Love Beauty and Planet*.

Kata kunci: kesadaran lingkungan, *eco-label*, perilaku, *green advertising*, harga, keputusan pembelian