

SKRIPSI

**PENGARUH *GREEN PRODUCT AWARENESS* DAN *GREEN PRODUCT KNOWLEDGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK THE BODY SHOP
(Studi Pada Generasi Z Di Banjarmasin)**



Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

FITRIA MAULIDA

NIM: 1910312220036

PROGRAM STUDI: MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN
2023**

PENGARUH GREEN PRODUCT AWARENESS DAN GREEN PRODUCT KNOWLEDGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK THE BODY SHOP

(Studi Pada Pembeli Generasi Z Di Banjarmasin)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

FITRIA MAULIDA

NIM. 1910312220036

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada Kamis, 11 Mei 2023

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Pembimbing

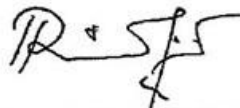


Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si,

CMA, CPM (Asia)

NIP. 19730727 200112 2 001

Penguji I



Rusniati, SE, M.Si

NIP: 19721117 199702 2 004

Penguji II



M. Yudy Hachman, SE, MM

NIP: 19821023 200501 1 001



Mengetahui,

Ketua Jurusan Program Studi Manajemen

Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si,


CMA, CPM (Asia)

NIP. 19730727 200112 2 001

LEMBAR PENGESAHAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Nama : Fitria Maulida
NIM : 1910312220036
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Green Product Awareness* dan *Green Product Knowledge* Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop (Studi pada Generasi Z di Banjarmasin)
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Kamis, 11 Mei 2023
Waktu Ujian : 14.30 – 16.30 WITA

Tim Penguji

Pembimbing : Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE,  (.....)
M.Si, CMA, CPM (Asia)

Penguji I : Rusniati, SE, M.Si  (.....)

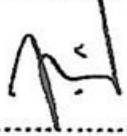


Penguji II : M. Yudy Rachman, SE, MM  (.....)

BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat

Nama : Fitria Maulida
NIM : 1910312220036
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Green Product Awareness* dan *Green Product Knowledge* Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop (Studi pada Generasi Z di Banjarmasin)
Hari/Tanggal : Kamis/11 Mei 2023
Tempat : Ruang Ujian I
Waktu Ujian : 14.30 – 16.30 WITA

Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran Tim Penguji:

No	Nama	Keterangan	TTD
1	Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si, CMA, CPM (Asia)	Pembimbing	1. 
2	Rusniati, SE, M.Si	Penguji I	2. 
3	M. Yudy Rachman, SE, MM	Penguji II	3. 

Dengan demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Tim Penguji.

Banjarmasin, 2 Juni 2023

Mengetahui,
Ketua Jurusan Program Studi Manajemen



Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si,
CMA, CPM (Asia)
NIP. 19730727 200112 2 001

Mahasiswa



Fitria Maulida
NIM. 1910312220036

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila dikemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 6 Desember 2022

Yang membuat pernyataan,



Fitria Maulida

NIM. 1910312220036

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Green Product Awareness* dan *Green Product Knowledge* Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop (Studi pada Generasi Z di Banjarmasin)”. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Penulis menyadari bahwa selama proses penulisan dan penyusunan skripsi ini penulis tentunya menemukan hambatan dan kendala. Akan tetapi berkat arahan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan itu tidak lupa penulis juga mengucapkan terimakasih banyak kepada pihak-pihak yang telah memberikan kontribusi dengan memberikan sumbangan baik berupa materi maupun pikirannya untuk membantu penulis menghadapi hambatan dan kendala tersebut. Dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Atma Hayat, Ak, M.Si, CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
2. Ibu Dr. Raden Roro Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat dan Dosen Pembimbing yang telah membantu dalam menyusun dan mencari solusi dari permasalahan yang dihadapi penulis dalam menyusun skripsi ini sebaik mungkin.

3. Ibu Rusniati, SE, M.Si dan Bapak M. Yudy Rachman, SE, MM selaku Dosen Penguji dalam ujian skripsi yang telah membantu dalam penyempurnaan skripsi ini.
4. Bapak Sufi Jikrillah, ST, MM selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu, memberikan saran, dan memotivasi saya selama masa perkuliahan berlangsung.
5. Seluruh Dosen Pengajar di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah mendidik, membimbing dan memberikan ilmu yang bermanfaat untuk penulis.
6. Kedua orang tua tercinta, Ibunda saya Siti Rohana, SE, dan Ayahanda saya M. Farid Zulfikar, SE, S.Ag, serta kelima saudara saya yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dan dukungannya yang tidak dapat diungkapkan dengan kata-kata.
7. Seluruh teman-teman kelas Manajemen B 2019, kelas genap, dan konsentrasi pemasaran yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.
8. Seluruh sahabat saya di kampus yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepada saya Ahra, Donny, Marco, Daffa, Dyah, Titi, Ana, dan Nurul.
9. Sahabat saya sedari Sekolah Menengah Pertama yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepada saya Alya, Ayu, Daniya, dan Ratu.
10. Diri saya sendiri Fitria Maulida yang sudah berjuang dan bertahan sampai di titik ini.

Semoga amal baik mereka memperoleh balasan baik dari Allah SWT dan selalu dalam perlindungan-Nya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak

kekurangan. Oleh karena itu, saran dan masukan bagi penulis sangat diharapkan.
Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Banjarmasin, 25 Maret 2023

Penulis

A handwritten signature in black ink, consisting of a vertical line with a small loop at the top and a few horizontal strokes at the bottom.

Fitria Maulida
NIM. 1910312220036

ABSTRACT

Fitria Maulida (2023). *The Effect of Green Product Awareness and Green Product Knowledge toward Purchase Decision of The Body Shop Products (Study on Generation Z in Banjarmasin).* Management Studies Program. Faculty of Economics and Business. Lambung Mangkurat University. Advisor: Raden Roro Yulianti Prihatiningrum.

This study aims to determine and analyze: (1) the effect of green product awareness toward purchase decision of The Body Shop products, (2) the effect of green product knowledge toward purchase decision of The Body Shop products, (3) the effect of green product awareness and green product knowledge simultaneously toward purchase decision of The Body Shop products.

This type of research is quantitative research. The population is generation Z in Banjarmasin who over 17 years and has purchased The Body Shop products. The data is collected from 100 respondents. Sampling technique used in this study is purposive sampling using questionnaires. Data analysis technique using multiple linear regression analysis.

The study has found (1) green product awareness has a positive and partially significant effect toward purchase decision of The Body Shop products, (2) green product knowledge has a positive and partially significant effect toward purchase decision of The Body Shop products, (3) green product awareness and green product knowledge has simultaneously effect toward purchase decision of The Body Shop products.

Keywords: *Green Product Awareness, Green Product Knowledge, Purchase Decision*

ABSTRAKSI

Fitria Maulida (2023). Pengaruh *Green Product Awareness* dan *Green Product Knowledge* Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop (Studi pada Generasi Z di Banjarmasin). Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Lambung Mangkurat. Pembimbing: Raden Roro Yulianti Prihatiningrum.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis: (1) pengaruh *green product awareness* terhadap keputusan pembelian produk The Body Shop, (2) pengaruh *green product knowledge* terhadap keputusan pembelian produk The Body Shop, (3) pengaruh *green product awareness* dan *green product knowledge* secara simultan terhadap keputusan pembelian produk The Body Shop.

Jenis penelitian ini berupa penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah generasi Z di Banjarmasin berusia 17 tahun ke atas dan pernah membeli produk The Body Shop. Data dikumpulkan dari 100 orang responden. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *green product awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk The Body Shop, (2) *green product knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk The Body Shop, (3) *green product awareness* dan *green product knowledge* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk The Body Shop.

Kata Kunci: *Green Product Awareness*, *Green Product Knowledge*, Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR LEGALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRACT	ix
ABSTRAKSI	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Manfaat Penelitian.....	16
1.5 Sistematika Pembahasan	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1 Landasan Teori	19
2.1.1 <i>Green Product Awareness</i>	19
2.1.2 <i>Green Product Knowledge</i>	21
2.1.3 Keputusan Pembelian Generasi Z.....	23
2.1.4 Pengaruh <i>Green Product Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	28
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	32
3.1 Kerangka Konseptual	32
3.2 Hipotesis	33
BAB IV METODE PENELITIAN	38
4.1 Ruang Lingkup Penelitian	38
4.2 Jenis Penelitian	38
4.3 Tempat/Lokasi Penelitian.....	39
4.4 Unit Analisis.....	39
4.5 Populasi dan Sampel.....	39
4.5.1 Populasi.....	39
4.5.2 Sampel.....	39
4.6 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	41
4.7 Teknik Pengumpulan Data	45
4.8 Teknik Analisis Data	46
4.8.1 Analisis Deskriptif	46
4.8.2 Uji Validitas	46
4.8.3 Uji Reliabilitas	47
4.8.4 Uji Outlier	48
4.8.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	49

4.8.6 Uji Asumsi Klasik.....	50
4.8.7 Uji Hipotesis	53
BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS.....	56
5.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	56
5.2 Hasil dan Analisis.....	59
5.2.1 Karakteristik Responden	59
5.2.2 Deskripsi Statistik Variabel Penelitian	64
5.2.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	69
5.2.4 Analisis Data	71
5.2.5 Hasil Pengujian Hipotesis	81
5.2.6 Pembahasan Hasil Penelitian	82
5.2.7 Implikasi Hasil Penelitian	88
5.3 Keterbatasan Penelitian	92
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	93
6.1 Kesimpulan.....	93
6.2 Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	96

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Top 5 Merek Kecantikan Eco-Friendly Terfavorit	4
Tabel 2.1	Ringkasan Perbandingan Variabel Penelitian ini dengan Penelitian Sebelumnya	29
Tabel 4.1	Definisi Operasional Variabel.....	42
Tabel 5.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 5.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	61
Tabel 5.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	61
Tabel 5.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	62
Tabel 5.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan dalam Satu Bulan	63
Tabel 5.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran untuk Produk Kecantikan dalam Satu Bulan	64
Tabel 5.7	Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Variabel <i>Green Product</i> <i>Awareness</i>	65
Tabel 5.8	Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Variabel <i>Green Product</i> <i>Knowledge</i>	66
Tabel 5.9	Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Variabel Keputusan Pembelian	67
Tabel 5.10	Hasil Uji Validasi.....	69
Tabel 5.11	Hasil Uji Reliabilitas	70
Tabel 5.12	Hasil Uji Normalitas	72
Tabel 5.13	Hasil Uji Multikolinearitas.....	73
Tabel 5.14	Hasil Uji Multikolinearitas.....	73
Tabel 5.15	Hasil Uji Linearitas	74
Tabel 5.16	Hasil Analisis Regresi Berganda	75
Tabel 5.17	Interpretasi Nilai R.....	78
Tabel 5.18	Hasil Uji F	79
Tabel 5.19	Hasil Uji t	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Komposisi Sampah Nasional Berdasarkan Jenis Sampah (2020).....	1
Gambar 1.2 Jumlah Timbulan Sampah Tahunan Indonesia (2019 – 2021).....	3
Gambar 1.3 Hasil Survei Pendahuluan Generasi Z di Banjarmasin	6
Gambar 1.4 Pemikiran Gen Z tentang Perubahan Iklim	9
Gambar 1.5 Hasil Survei Pendahuluan Generasi Z di Banjarmasin	9
Gambar 1.6 Hasil Survei Pendahuluan Generasi Z di Banjarmasin	10
Gambar 1.7 Hasil Survei Pendahuluan Generasi Z di Banjarmasin	12
Gambar 1.8 Hasil Survei Pendahuluan Generasi Z di Banjarmasin	13
Gambar 2.1 Five-Stage Model of The Consumer Purchasing Process	23
Gambar 2.2 Model Lima Set yang berpengaruh dalam <i>Consumer Decision Making</i>	24
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual	32

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	100
Lampiran 2. Deskripsi Responden.....	104
Lampiran 3. Hasil Deskriptif <i>Green Product Awareness</i>	106
Lampiran 4. Hasil Deskriptif <i>Green Product Knowledge</i>	109
Lampiran 5. Hasil Deskriptif Keputusan Pembelian.....	111
Lampiran 6. Hasil Analisis Deskriptif <i>Green Product Awareness</i>	113
Lampiran 7. Hasil Analisis Deskriptif <i>Green Product Knowledge</i>	114
Lampiran 8. Hasil Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian	115
Lampiran 9. Hasil Uji Validasi	116
Lampiran 10. Hasil Uji Reliabilitas	119
Lampiran 11. Hasil Uji Outlier	124
Lampiran 12. Hasil Uji Normalitas	127
Lampiran 13. Hasil Uji Multikolinearitas	128
Lampiran 14. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	129
Lampiran 15. Hasil Uji Linearitas.....	130
Lampiran 16. Hasil Uji Regresi Berganda	131
Lampiran 17. Tabel R	132
Lampiran 18. Tabel t.....	133
Lampiran 19. Tabel F.....	134