

**PENGARUH *GREEN PRODUCT KNOWLEDGE & CONSUMER DOUBT* TERHADAP *GREEN PURCHASE INTENTION*
PRODUK *MENSTRUAL CUP***

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana



ANNISA NUR LAILI

1191001067

PROGRAM STUDI STRATA SATU MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

JAKARTA

2023

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Annisa Nur Laili

NIM : 1191001067

Tanda Tangan : 

Tanggal : 15 Agustus 2023

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Annisa Nur Laili

NIM : 1191001067


Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dominica A. Widyastuti, S.E., M.M

()

Penguji I : M. Taufiq Amir, S.E., M.M., Ph.D

()

Penguji II : Mirsa Diah Novianti, S.T., M.T., IPM

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 28 Agustus 2023

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. Atas karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Pengaruh *Green Product Knowledge & Consumer Doubt* Terhadap *Green Purchase Intention* Produk *Menstrual Cup*” dengan optimal. Penulisan tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Peneliti menyadari bahwa penyusunan tugas akhir ini sangat menuntut dan menantang. Untuk menunjukkan rasa terima kasih, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung peneliti. Agar penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Rasa terima kasih peneliti ucapkan kepada:

1. Bapak M. Taufiq Amir, SE., MM., Ph.D selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Bakrie;
2. Ibu Dominica A. Widyastuti, SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah membimbing saya dalam selama tugas akhir berupa waktu, tenaga, ilmu dan pengetahuan kepada saya;
3. Keluarga saya ayah, ibu, kakak, adik, dan nenek dalam memberikan dukungan semangat dan doa kepada saya;
4. Kepada Azira Faiza Alyaa, Davina Angela P.S, Dina Kamila, Sandra Monica, Rizki Dian Novita selaku rekan-rekan seperjuangan yang kerap mendukung memotivasi saya dalam menyelesaikan tugas akhir;
5. Kepada Yusnita Astri Ningrum, Siti Nurhalizah Harahap dan Luthfiana Roja'un N.E sebagai sahabat saya yang kerap menghibur saya untuk bersemangat agar dapat menyelesaikan tugas akhir;
6. Semua pihak terkait yang telah membantu dan mendukung saya dalam proses penyusunan tugas akhir ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan. Namun, peneliti optimis hasil tugas akhir ini dapat memajukan ilmu pengetahuan. Akhir kata, peneliti ucapkan terima kasih.

Jakarta, 17 Mei 2023

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, overlapping letters and lines.

Annisa Nur Laili

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Annisa Nur Laili
NIM : 1191001067
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Hasil Penelitian

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH GREEN PRODCUT KNOWLEDGE DAN CONSUMER DOUBT TERHADAP GREEN PURCHASE INTENTION PRODUK MENSTRUAL CUP

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya,

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 15 Agustus 2023

Yang Menyatakan,



Annisa Nur Laili

**PENGARUH *GREEN PRODUCT KNOWLEDGE* DAN *CONSUMER DOUBT*
TERHADAP *GREEN PURCHASE INTENTION* PRODUK *MENSTRUAL CUP***

Annisa Nur Laili

ABSTRAK

Menstrual Cup merupakan produk pengganti dari pembalut sekali pakai yang memiliki manfaat lebih baik dibandingkan dengan produk untuk menstruasi lainnya. Namun, di Indonesia sendiri, *Menstrual Cup* masih menjadi hal yang asing karena cara penggunaannya dan memberikan stigma kepada konsumen. Penelitian bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel *Green Product Knowledge* dan *Consumer Doubt* Terhadap *Green Purchase Intention* produk *Menstrual Cup*. Metode yang digunakan ini bersifat kuantitatif dengan survey yang dilakukan terhadap 128 responden dan data diolah menggunakan bantuan *software* SPSS versi 27. Temuan dari penelitian yang dilakukan pada *Green Product Knowledge* ini berpengaruh positif secara signifikan dan *Consumer Doubt* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Green Purchase Intention*. Hasil dari penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada perusahaan dan peneliti selanjutnya. Skala penelitian ini juga diharapkan dapat diperluas mencakup lajang, menikah, Gen Z, Gen Milenial dan lainnya.

Kata Kunci : *Green Product Knowledge*, *Consumer Doubt*, *Green Purchase Intention*.

**THE INFLUENCE OF GREEN PRODUCT KNOWLEDGE AND
CONSUMER DOUBT ON GREEN PURCHASE INTENTION OF
MENSTRUAL CUP PRODUCTS**

Annisa Nur Laili

ABSTRACT

The Menstrual Cup is a substitute for disposable pads, which has better benefits than other menstrual products. However, in Indonesia itself, the Menstrual Cup is still a strange thing because of the way it is used and gives stigma to consumers. The research aims to determine how much influence the Green Product Knowledge and Consumer Doubt variables have on Green Purchase Intention for Menstrual Cup Products. The method used is quantitative with a survey conducted of 128 respondents and the data was processed using SPSS version 27. The findings from research conducted on Green Product Knowledge have a significant positive effect and Consumer Doubt has no significant effect on Green Purchase Intention. The results of this study can provide insight to companies and future researchers. It is also hoped that the scale of this research can be expanded to include single, married, Gen Z, Gen Millennial, and others.

Keywords : Green Product Knowledge, Consumer Doubt, Green Purchase Intention.

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	10
BAB II	11
TINJAUAN TEORITIS	11
2.1 <i>Product Knowledge</i> (Pengetahuan Produk).....	11
2.1.1 Pengertian <i>Product Knowledge</i> (Pengetahuan Produk)	11
2.1.2 Dimensi dan Indikator <i>Product Knowledge</i> (Pengetahuan Produk)	11
2.1.3 Jenis <i>Product Knowledge</i> (Pengetahuan Produk)	12
2.1.4 Manfaat <i>Product Knowledge</i> (Pengetahuan Produk) Bagi Bisnis atau Perusahaan	13
2.2 <i>Green Product Knowledge</i> (Pengetahuan Produk Hijau).....	14
2.2.1 Pengertian <i>Green Product Knowledge</i> (Pengetahuan Produk Hijau)	14
2.2.2 Dimensi dan Indikator <i>Green Product Knowledge</i> (Pengetahuan Produk Hijau).....	14
2.3 <i>Consumer Doubt</i> (Keraguan Konsumen)	15
2.3.1 Pengertian <i>Consumer Doubt</i> (Keraguan Konsumen).....	15
2.3.2 Dimensi dan Indikator <i>Consumer Doubt</i> (Keraguan Konsumen)...	15
2.4 <i>Purchase Intention</i> (Minat Beli).....	16

2.4.1	Pengertian <i>Purchase Intention</i> (Minat Beli)	16
2.4.2	Dimensi dan Indikator <i>Purchase Intention</i> (Minat Beli)	16
2.5	<i>Green Purchase Intention</i> (Minat Beli Hijau).....	17
2.5.1	Pengertian <i>Green Purchase Intention</i> (Minat Beli Hijau)	17
2.5.2	Indikator <i>Green Purchase Intention</i> (Minat Beli Hijau).....	17
2.5.3	Faktor - Faktor <i>Green Purchase Intention</i> (Minat Beli Hijau)	18
2.6	Penelitian Terdahulu.....	19
2.7	Kerangka Berpikir	22
2.8	Pengembangan Hipotesis.....	22
2.8.1	Pengaruh <i>Green Product Knowledge</i> Terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	22
2.8.2	Pengaruh <i>Consumer Doubt</i> Terhadap <i>Green Purchase Intention</i> ..	23
BAB III.....		24
METODE PENELITIAN		24
3.1	Jenis Penelitian	24
3.2	Lokasi Penelitian	24
3.3	Variabel Penelitian	24
3.4	Operasional Variabel	25
3.5	Metode Pengumpulan Data	27
3.5.1	Sumber Data.....	28
3.5.2	Skala Pengukuran.....	28
3.6	Populasi dan Sampel	29
3.6.1	Populasi.....	29
3.6.2	Sampel.....	29
3.7	Teknik Analisis Data	31
3.7.1	Uji Instrumen	31
3.7.2	Statistik Deskriptif	32
3.7.3	Uji Asumsi Klasik.....	33
3.7.4	Uji Hipotesis	34
3.7.5	Uji Kelayakan Model	36
BAB IV		37
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		37

4.1	Analisis Data	37
4.1.1	<i>Pre-Test</i>	37
4.1.2	Analisis Karakteristik Responden	39
4.1.3	Analisis Statistik Deskriptif	41
4.1.4	Uji Asumsi Klasik	44
4.1.5	Uji Hipotesis	47
4.1.6	Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
4.2	Pembahasan	53
4.2.1	Pengaruh <i>Green Product Knowledge</i> Terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	54
4.2.2	Pengaruh <i>Consumer Doubt</i> Terhadap <i>Green Purchase Intention</i> ..	55
BAB V	59
KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1	Kesimpulan.....	59
5.2	Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Negara Penghasil Sampah Plastik di Laut Terbesar.....	1
Gambar 1.2 Rentang Waktu Sampah Terurai	2
Gambar 1.3 Stigma terhadap produk	4
Gambar 1.4 Stigma terhadap produk	5
Gambar 1.5 Stigma terhadap produk	6
Gambar 1.6 Stigma terhadap produk	6
Gambar 1.7 Produk <i>Menstrual Cup</i> Filmore.....	7
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	22
Gambar 4.1 Uji Normalitas dengan P-Plot	44
Gambar 4.2 Uji Normalitas dengan Histogram.....	45
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas	46

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	26
Tabel 4.1 Uji Validitas	38
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas	39
Tabel 4.3 Karakteristik Responden	40
Tabel 4.4 Analisis Statistik Deskriptif	41
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel Green Product Knowledge	43
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Consumer Doubt	43
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Green Purchase Intention	44
Tabel 4.8 Uji Multikolinearitas	46
Tabel 4.9 Uji Parsial (Uji T)	47
Tabel 4.10 Uji Simultan (Uji F)	50
Tabel 4.11 Koefisien Determinasi (R^2).....	50
Tabel 4.12 Analisis Regresi Linear Berganda.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	77
Lampiran 2. Tabel Uji Validitas.....	78
Lampiran 3. Tabel Uji Reliabilitas.....	79
Lampiran 4. Tabel Analisis Karakteristik Responden	80
Lampiran 5. Tabel Analisis Deskriptif.....	80
Lampiran 6. Uji Normalitas dengan P-Plot.....	81
Lampiran 7. Uji Normalitas dengan Histogram.....	81
Lampiran 8. Uji Heteroskedastisitas	82
Lampiran 9. Uji Multikolinearitas.....	82
Lampiran 10. Tabel Uji Parsial (Uji T).....	83
Lampiran 11. Tabel Uji Simultan (Uji F).....	83
Lampiran 12. Tabel Koefisien Determinasi (R^2)	83
Lampiran 13. Tabel Analisis Linear Berganda	84