

**PENGARUH *GREEN PRODUCT* DAN *GREEN TRUST*  
TERHADAP *GREEN PURCHASE INTENTIONS* PRODUK  
INNISFREE DI JABODETABEK**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar**

**Sarjana Manajemen**



**UNIVERSITAS  
BAKRIE**

**Khaeriyah**

**1211001008**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA**

**2025**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

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

**Nama : Khaeriyah**

**NIM : 1211001008**

**Tanda Tangan :** 

**Tanggal : 27 Februari 2025**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Khaeriyah  
NIM : 1211001008  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : Pengaruh *Green Product* dan *Green Trust* Terhadap *Green Purchase Intentions* Produk Innisfree di JABODETABEK

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

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Prof. M. Taufiq Amir, SE., MM., Ph.D )

Penguji 1 : Dominica A. Widyastuti, SE.MM )

Penguji 2 : Arief Bimantoro Suharko, Ph.D )



Ditetapkan di Jakarta

Tanggal : 25 Februari 2025

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, kesehatan dan petunjuk sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir yang berjudul **“Pengaruh *Green Product* dan *Green trust* Terhadap *Green Purchase Intention* Produk *Innisfree* di *Jabodetabek*”**. Tugas Akhir ini diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik bagi mahasiswa Manajemen Universitas Bakrie untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen. Penyusunan Tugas Akhir ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, motivasi, dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. M. Taufiq Amir, SE., MM., Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bakrie sekaligus dosen pembimbing penulis yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan membimbing penulis dari awal penentuan judul hingga akhir penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Dudi Rudianto, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.
3. Bapak Arief Bimantoro Suharko, Ph.D selaku Dosen Penguji dua yang telah memberikan saran, masukan dan arahan yang bermanfaat dalam penyusunan tugas akhir ini.
4. Ibu Dominica A. Widyastuti, SE.MM selaku Dosen Penguji 1 yang telah memberikan saran, masukan dan arahan yang bermanfaat dalam penyusunan tugas akhir ini.
5. Alm. Abi dan Almh. mama selaku kedua orang tua penulis. Alhamdulillah penulis sudah berada ditahap ini, menyelesaikan tugas akhir sederhana ini sebagai perwujudan terakhir sebelum mereka benar-benar pergi. Terimakasih sudah menjadi motivasi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir dengan tepat waktu dan walaupun kedua orang tua penulis tidak berada sisi penulis tapi penulis tau bahwa mereka sangat bangga dengan pencapaian ini.

6. Kakak pertama penulis Kak mia dan kakak ipar penulis kak jamil yang sudah mengurus penulis dari SMP sejak orang tua penulis pergi, terimakasih sudah selalu menjaga dan mendukung apapun penulis inginkan, walaupun penulis jarang mengungkapkan tapi penulis sangat menyayangi mereka.
7. Ketiga kakak penulis, kak bya, kak kiki, dan kak zuchra yang selalu mendukung penulis.
8. Diri saya sendiri, apresiasi sebesar-besarnya yang telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Sangat sulit bisa bertahan sampai di titik ini, terimakasih sudah tetap berjuang dan membanggakan abi, mama, dan keluarga. Tetaplah menjadi manusia yang selalu berusaha dan tidak lelah untuk mencoba hal apapun.
9. Ketiga sahabat penulis, via, dhiyah, ummy yang selalu memberikan semangat, membantu, dan selalu ada selama masa kuliah hingga skripsi ini. Penulis sangat berterimakasih kepada mereka banyak hal yang sudah Penulis lalui dengan mereka dari hal yang senang hingga sedih bareng.
10. Para temen kuliah angkatan 21 penulis, yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, penulis sangat berterimakasih sudah mengenal mereka dan banyak pengalaman yang sudah di lalui sama mereka.
11. Staf Prodi yaitu Mba Zahra, terimakasih sudah membantu penulis dari awal masuk prodi Manajemen Universitas Bakrie hingga ketahap skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna baik dari isi maupun format penulisan. Untuk itu, penulis mengharapkan kritis dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak agar kedepannya menjadi lebih baik lagi. Besar harapan penulis skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis maupun pembaca sehingga dapat menjadi referensi penelitian selanjutnya

Jakarta, 27 Februari 2025



**Khaeriyah**

## HALAMAN PENYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Khaeriyah

NIM : 1211001008

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

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

**“ Pengaruh *Green Product* dan *Green Trust* Terhadap *Green Purchase Intention* Produk Innisfree di Jabodetabek”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti NonEksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmediakan/formatkan, mengelola 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 : 27 Februari 2025

Yang menyatakan



(Khaeriyah)

## ABSTRAK

Penelitian yang dilakukan mempunyai tujuan dalam menganalisis seberapa pengaruh *green product* dan *green trust* terhadap *green purchase intention* untuk produk Innisfree khususnya dalam wilayah Jabodetabek. Peneliti memilih memakai metode kuantitatif melalui teknik purposive sampling. Peneliti menggunakan sampel terdiri dari 107 responden yang merupakan konsumen pengguna produk skincare Innisfree di Jabodetabek. Data didapatkan dari penyebaran kuesioner melalui online maupun offline dengan mendatangi salah satu store Innisfree, kuesioner dibagikan kepada konsumen pengguna produk Innisfree dengan menggunakan pengukuran skala likert disetiap pertanyaan. Hasil menunjukkan *green product* berpengaruh signifikan pada *green purchase intention* dengan nilai  $<0.001$ . Berbeda dengan *green trust* yang tidak berpengaruh secara signifikan pada *green purchase intention* dengan hasil 0,063. Tetapi dengan *green product* dan *green trust* secara bersamaan dapat berpengaruh signifikan pada *green purchase intention* dengan nilai  $<0.001$ .

Kata Kunci : *Green Product*, *Green Trust*, *Green Purchase Intention*, Produk Innisfree



**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of green products and green trust on green purchase intention of Innisfree products in Jabodetabek. This study uses a quantitative approach, and sampling using a purposive sampling technique. The sample consists of 107 respondents who are consumers of Innisfree skincare products in Jabodetabek. The data was obtained from questionnaires filled out online and the measurement scale used a Likert scale. Based on the results of the study, it shows that Green Products have a significant green purchase intention with a value of  $<0.001$ . However, the green trust does not have a significant effect on green purchase intention of 0.063. Furthermore, the F Test shows that green products and green trust have a significant green purchase intention with a significant value of  $<0.001$ .*

*Keywords: GreenProduct, Green Trust, Green Purchase Intention, Innisfree Products.*

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR .....	ii
HALAMAN PENYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	vi
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	8
1.4.2 Manfaat Praktis .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS .....	9
2.1 Konsep Green Marketing .....	9
2.1.1 Penjelasan <i>Green Marketing</i> .....	9
2.1.2 Tujuan <i>Green Marketing</i> .....	11
2.2 Konsep Green Product.....	11
2.2.1 Definisi <i>Green Product</i> .....	11
2.3 Green Trust.....	13
2.3.1 Definisi <i>Green Trust</i> .....	13
2.3.2 Dimensi <i>Green Trust</i> .....	13
2.4 Green Purchase Intention .....	14
2.4.1 Definisi <i>Green Purchase Intention</i> .....	14

2.4.2	Indikator dan Dimensi <i>Green Purchase Intention</i> .....	14
2.5	Hubungan Antar Variabel .....	15
2.6	Kerangka Konseptual .....	17
2.7	Pengembangan Hipotesis .....	17
BAB III METODE PENELITIAN.....		18
3.1	Metode Penelitian.....	18
3.2	Sumber Data .....	18
3.2.1	Data Primer .....	18
3.2.2	Data Sekunder .....	18
3.3	Populasi dan Sampel .....	18
3.3.1	Populasi.....	18
3.3.2	Sample.....	19
3.4	Proses Pengumpulan Data Dalam Penelitian .....	20
3.5	Operasionalisasi Variabel.....	21
3.6	Teknik Pengumpulan Data .....	23
3.7	Teknik Analisis Data .....	24
3.7.1	Uji Instrumen .....	24
3.7.2	Statistika Deskriptif.....	25
3.7.3	Uji Regresi Logistik Multinomial .....	25
3.7.4	Uji Kesesuain Model.....	26
3.7.5	Uji Koefisien Determasi.....	26
3.7.6	Uji Hipotesis .....	26
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		28
4.1	Uji Instrumen.....	28
4.1.1	Uji Validitas .....	28
4.1.2	Uji Reabilitas.....	29
4.2	Karakteristik Demografi Responden .....	29
4.3	Analisis Data .....	33
4.3.1	Analisis Statistik Deskriptif .....	33

4.4	Uji Regresi Logistik Multinomial .....	38
4.4.1	Uji Goodness of fit (Kesesuaian model) .....	38
4.4.2	Uji Koefisien Determinasi .....	38
4.4.3	Parameters Estimates .....	39
4.5	Uji Hipotesis .....	42
4.5.1	Uji T (Uji Parsial).....	42
4.5.2	Uji F (Uji Simultan) .....	42
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian.....	43
4.6.1	Pengaruh <i>Green Product</i> Terhadap <i>Green Purchase Intention</i> pada Produk Innisfree .....	43
4.6.2	Pengaruh <i>Green Trust</i> Terhadap <i>Green Purchase Intention</i> pada Produk Innisfree .....	44
4.6.3	Pengaruh <i>Green Product</i> dan <i>Green Trust</i> Terhadap <i>Green Purchase Intention</i> pada Produk Innisfree .....	46
5.1	Kesimpulan Penelitian.....	48
5.2	Saran .....	48
5.3	Keterbatasan penelitian.....	49
	DAFTAR PUSTAKA .....	50
	LAMPIRAN.....	57

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. 1 Sustainability Attributes Industri Beauty .....	2
Gambar 1. 2 Alasan Konsumen Belanja Produk Ramah Lingkungan .....	3
Gambar 1. 3 Komitmen Innisfree.....	4
Gambar 1. 4 kasus Innisfree.....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	17

**DAFTAR TABEL**

Tabel 3. 1 Proses Pengumpulan Data.....	20
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	21
Tabel 3. 3 Instrumen Skala Likert.....	24
Tabel 4. 1 Tabel Uji Validitas .....	28
Tabel 4. 2 Uji Reabilitas.....	29
Tabel 4. 3 Karakteristik Demografi Responden.....	30
Tabel 4. 4 <i>Descriptive Statistics</i> .....	34
Tabel 4. 5 <i>Descriptive Variabel Green Product</i> .....	35
Tabel 4. 6 <i>Descriptive Variabel Green Trust</i> .....	36
Tabel 4. 7 <i>Descriptive Variabel Green Purchase Intention</i> .....	37
Tabel 4. 8 <i>Goodness of fit</i> .....	38
Tabel 4. 9 <i>Pseudo R-Square</i> .....	39
Tabel 4. 10 <i>Parameter Estimates</i> .....	39
Tabel 4. 11 <i>Likelihood Ratio Tests</i> .....	42
Tabel 4. 12 <i>Model Fitting Information</i> .....	43

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian..... 57

Lampiran 2 Data Responden..... 61

Lampiran 3 Karakteristik Responden..... 65

Lampiran 4 Uji Validitas..... 67

Lampiran 5 Uji Reabilitas ..... 67

Lampiran 6 Uji *Descriptive Statistic*..... 68

Lampiran 7 Uji Statistik Deskriptif Variabel *Green Produk* ..... 68

Lampiran 8 Uji Statistik Deskriptif Variabel *Green Trust*..... 69

Lampiran 9 Uji Statistik Deskriptif Variabel *Green Purchase Intention* ..... 70

Lampiran 10 Uji *Goodness of fit* (Kesesuaian model) ..... 70

Lampiran 11 Uji *Pseudo R-Square* ..... 71

Lampiran 12 Uji *Parameter Estimates* ..... 71

Lampiran 13 Uji T (Uji Parsial) ..... 72

Lampiran 14 Uji F (Uji Simultan)..... 72