

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI NIAT BELI DAN  
KESEDIAAN MEMBAYAR HARGA PREMIUM UNTUK  
*GREEN COSMETICS* DAN *PERSONAL CARE***

**AINA ZATIL AQMAR  
8215161612**



**Skripsi ini Disusun sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2020**

***FACTORS AFFECTING PURCHASE INTENTION AND  
WILLINGNESS TO PAY PREMIUM FOR GREEN COSMETICS  
AND PERSONAL CARE***

**AINA ZATIL AQMAR  
8215161612**



***Thesis is Written as One of The Requirements for Getting Bachelor Degree of  
Economics on Faculty of Economics State University of Jakarta***

***STUDY PROGRAM S1 MANAGEMENT  
FACULTY OF ECONOMICS  
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA  
2020***

## ABSTRAK

**Aina Zatil Aqmar, 2020; Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Beli dan Kesiediaan Membayar Harga Premium untuk *Green Cosmetics* dan *Personal Care*. Skripsi, Jakarta: Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Setyo Ferry Wibowo, S.E., M.Si. & Ika Febrilia, SE, M.M.**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *environmental concern* terhadap *consumer purchase intention*, *environmental concern* terhadap *willingness to pay premium*, *health consciousness* terhadap *consumer purchase intention*, *health consciousness* terhadap *willingness to pay premium*, *consumer innovativeness* terhadap *consumer purchase intention*, *consumer innovativeness* terhadap *willingness to pay premium*, dan *consumer purchase intention* terhadap *willingness to pay premium* untuk produk *green cosmetics* dan *personal care*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei dengan instrumen berupa kuesioner. Penelitian ini menggunakan jumlah sampel sebanyak 200 responden dengan kriteria berusia 17 tahun ke atas, berdomisili di wilayah DKI Jakarta, rutin menggunakan kosmetik/*personal care*, dan sedang mempertimbangkan untuk membeli *green cosmetics/personal care*. Teknik analisis data menggunakan SPSS versi 24 dan AMOS versi 24 untuk mengolah dan menganalisis data hasil penelitian. Hasil penelitian menunjukkan variabel *environmental concern*, *health consciousness*, dan *consumer innovativeness* berpengaruh positif terhadap *consumer purchase intention*. *Consumer innovativeness* berpengaruh positif terhadap *willingness to pay premium* sedangkan variabel *environmental concern* dan *health consciousness* tidak berpengaruh terhadap *willingness to pay premium*.

**Kata Kunci:** *Environmental Concern, Health Consciousness, Consumer Innovativeness, Consumer Purchase Intention, Willingness to Pay Premium, Green Cosmetics dan Personal Care.*

## **ABSTRACT**

***Aina Zatil Aqmar, 2020; Factors Affecting Purchase Intention and Willingness to Pay Premium for Green Cosmetics and Personal Care. Thesis, Jakarta: Marketing Management Concentration, Study Program SI Management, Faculty of Economics, State University of Jakarta. Counselor Team: Setyo Ferry Wibowo, S.E., M.Si. & Ika Febrilia, SE, M.M.***

*The purpose of this research are to determine whether environmental concern affects to consumer purchase, environmental concern affects willingness to pay premium, health consciousness affects consumer purchase intention, health consciousness affects willingness to pay premium, consumer innovativeness affects consumer purchase intention, consumer innovativeness affects willingness to pay premium, and consumer purchase intention affects willingness to pay premium green cosmetics and personal care. Methods of data collection using survey method with the instrument in the form of questionnaire. The sample of this study are 200 respondents with criteria aged 17 years old and over, domiciled in the DKI Jakarta area, routinely using cosmetics/ personal care, and considering to buying green cosmetics/personal care. Technical analysis of data using SPSS version 24 and AMOS version 24 to process and analyze data research results. The results of this study are, environmental concern, health consciousness, and consumer innovation variables positively affects to consumer purchase intention. Consumer innovativeness positively affects to willingness to pay premium, while environmental concern and health consciousness variables didn't affects to willingness to pay premium.*



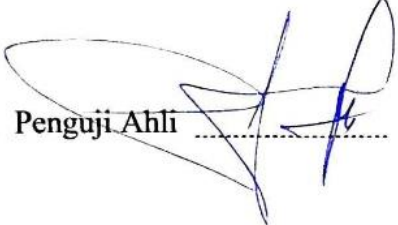


***Keywords:*** *Environmental Concern, Health Consciousness, Consumer Innovativeness, Consumer Purchase Intention, Willingness to Pay Premium, Green Cosmetics and Personal Care.*

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi**



Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd  
NIP. 197207152001121001

<b>Nama</b>	<b>Jabatan</b>	<b>Tanda Tangan</b>	<b>Tanggal</b>
1. <u>Usep Suhud, M.Si., Ph.D</u> NIP. 197002122008121001	Ketua		17/2/20
2. <u>Shandy Aditya, BIB, MPBS</u> NIP. 198404082019031003	Sekretaris		19/2/20
3. <u>Agung Kresnamurti Rivai P., S.T, M.M</u> NIP. 197404162006041001	Penguji Ahli		17/2/20
4. <u>Setyo Ferry Wibowo, S.E., M.Si</u> NIP. 197206171999031001	Pembimbing I		19/2/20
5. <u>Ika Febrilia, S.E., M.M</u> NIP. 198702092015042001	Pembimbing II		24/2/20

Tanggal Lulus : 20/2/2020

## LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai bahan acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya berani menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 12 Februari 2020  
Yang membuat pernyataan



Aina Zatil Aqmar  
No.Reg 8215161612

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat, karunia, dan izin-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Rasulullah Muhammad SAW, keluarga, serta sahabatnya. Skripsi yang berjudul “**Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Beli dan Kesiediaan Membayar Harga Premium untuk *Green Cosmetics* dan *Personal Care***” ini dibuat dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Dalam penyelesaian skripsi ini, peneliti mendapatkan bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Maka peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak, terutama kepada:

1. Setyo Ferry Wibowo, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing I yang senantiasa membimbing dan mengarahkan peneliti dari awal penulisan skripsi ini hingga selesai.
2. Ika Febrilia, S.E., M.M selaku dosen pembimbing II yang senantiasa membimbing dan mengarahkan peneliti dari awal penulisan skripsi ini hingga selesai.
3. Dr. Suherman, M.Si selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Dr. Ari Saptono, M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

5. Kedua orang tua peneliti, Bapak Jaelani dan Ibu Maryamah, yang tak henti-hentinya memberikan doa, dukungan, dan motivasi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Serta adik-adik peneliti, Kamila Amalia dan Muhammad Alkautsar yang telah memberikan semangat dan doa.
6. Dosen-dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmunya serta memberi pengarahan dalam studi yang peneliti tempuh, serta Staf program dan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah membantu dalam proses administrasi dan pemberkasan.
7. Muhammad Rizqi Muttaqien, yang senantiasa memberikan dukungan dan bantuan dalam segala hal dari awal penulisan skripsi hingga saat ini.
8. Teman sekaligus sahabat “Si Kang Rumpi” yang selalu mendukung dan hadir dalam setiap proses penyelesaian skripsi ini.
9. Teman seperjuangan peneliti dalam satu dosen pembimbing I dan II, Adelia yang saling berbagi informasi dan memotivasi dan dalam proses penyusunan skripsi ini.
10. Kakak-kakak senior yang telah memberikan arahan dan saran dalam proses penyusunan skripsi ini.
11. Teman-teman mahasiswa Manajemen 2016 khususnya Manajemen C 2016 yang senantiasa memberikan semangat dan dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini.
12. Teman-teman BPM FE UNJ dan keluarga kecil BASPIM yang senantiasa memberikan semangat dan dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini.



Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak sekali kekurangan karena keterbatasan yang dimiliki. Untuk itu peneliti sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk penyempurnaan skripsi ini agar lebih baik. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan peneliti lanjutan yang akan meneliti hal yang serupa.

Jakarta, 12 Februari 2020

Aina Zatil Aqmar

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR ORISINALITAS</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah .....	11
C. Tujuan Penelitian .....	12
D. Manfaat Penelitian .....	13
<b>BAB II KAJIAN TEORETIK</b> .....	<b>15</b>
A. Deskripsi Konseptual .....	15
1. <i>Consumer Purchase Intention</i> (Niat Pembelian Konsumen).....	15
2. <i>Willingness to Pay Premium</i> (Kesediaan Membayar Harga Premium).....	16
3. <i>Environmental Concern</i> (Kepedulian Lingkungan).....	18
4. <i>Health Consciousness</i> (Kesadaran Kesehatan) .....	20
5. <i>Consumer Innovativeness</i> (Inovasi Konsumen).....	22
B. Hasil Penelitian yang Relevan .....	25
C. Kerangka Teoretik.....	41
D. Hipotesis.....	43
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>46</b>
A. Tempat dan Waktu Penelitian .....	46
1. Tempat.....	46
2. Waktu .....	46
B. Metode Penelitian.....	46
C. <i>Sampling</i> .....	47
1. Populasi.....	47

2.	Sampel.....	48
D.	Teknik Pengumpulan Data.....	51
E.	Operasionalisasi Variabel.....	51
1.	Variabel Independen .....	52
2.	Variabel Dependen.....	52
F.	Skala Pengukuran.....	56
G.	Teknik Analisis Data.....	57
1.	Analisis Deskriptif .....	57
2.	Uji Validitas .....	58
3.	Uji Reliabilitas .....	59
4.	Uji Kesesuaian Model.....	60
5.	Pengujian Hipotesis.....	66
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>67</b>
A.	Deskripsi Data.....	67
B.	Hasil Analisis Data.....	72
1.	Analisis Deskriptif .....	72
2.	<i>Exploratory Factor Analysis</i> .....	82
3.	Uji Reliabilitas .....	88
4.	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> .....	89
3.	Pengujian Hipotesis.....	101
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>107</b>
A.	Kesimpulan .....	107
B.	Implikasi.....	108
C.	Saran.....	114
1.	Saran Praktis .....	114
2.	Saran Teoritis .....	117
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>118</b>
	<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>126</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Merek <i>Green Cosmetics</i> dan <i>Personal Care</i> di Indonesia .....	5
Tabel II.1 Hasil Penelitian yang Relevan.....	38
Tabel III.1 <i>Review</i> Penelitian Terdahulu.....	50
Tabel III.2 Operasionalisasi Variabel .....	53
Tabel III.3 Skala <i>Likert</i> .....	56
Tabel III.4 <i>Goodness of Fit Indices</i> .....	65
Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah atau Belum Pernah Menggunakan <i>Green Cosmetics/Personal Care</i> .....	67
Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Domisili .....	68
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	69
Tabel IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Pengeluaran dalam Sebulan.....	69
Tabel IV.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Pengeluaran dalam Sebulan Responden untuk Membeli Kosmetik/ <i>Personal Care</i> .....	71
Tabel IV.6 Analisis Deskriptif Variabel <i>Environmental Concern</i> .....	72
Tabel IV.7 Analisis Deskriptif Variabel <i>Health Consciousness</i> .....	74
Tabel IV.8 Analisis Deskriptif Variabel <i>Consumer Innovativeness</i> .....	76
Tabel IV.9 Analisis Deskriptif Variabel <i>Consumer Purchase Intention</i> .....	78
Tabel IV.10 Analisis Deskriptif Variabel <i>Willingness to Pay Premium</i> .....	80
Tabel IV.11 KMO and <i>Barlett's Test</i> Variabel <i>Environmental Concern</i> .....	83
Tabel IV.12 <i>Exploratory Factor Analysis</i> Variabel <i>Environmental Concern</i> .....	83
Tabel IV.13 KMO and <i>Barlett's Test</i> Variabel <i>Health Consciousness</i> .....	84
Tabel IV.14 <i>Exploratory Factor Analysis</i> Variabel <i>Health Consciousness</i> .....	84
Tabel IV.15 KMO and <i>Barlett's Test</i> Variabel <i>Consumer Innovativeness</i> .....	85
Tabel IV.16 <i>Exploratory Factor Analysis</i> Variabel <i>Consumer Innovativeness</i> ...	85
Tabel IV.17 KMO and <i>Barlett's Test</i> Variabel <i>Consumer Purchase Intention</i> ...	86
Tabel IV.18 <i>Exploratory Factor Analysis</i> Variabel <i>Consumer Purchase Intention</i> .....	86

Tabel IV.19	KMO and <i>Barlett's Test</i> Variabel <i>Willingness to Pay Premium</i> .....	87
Tabel IV.20	<i>Exploratory Factor Analysis</i> Variabel <i>Willingness to Pay Premium</i> .....	88
Tabel IV.21	Hasil Uji Reliabilitas.....	89
Tabel IV.22	<i>First Order Construct</i> Variabel <i>Health Consciousness</i> .....	90
Tabel IV.23	<i>First Order Construct</i> Variabel <i>Consumer Innovativeness</i> .....	91
Tabel IV.24	<i>First Order Construct</i> Variabel <i>Consumer Purchase Intention</i> .....	92
Tabel IV.25	<i>First Order Construct</i> Variabel <i>Willingness to Pay Premium</i> .....	93
Tabel IV.26	<i>Second Order Construct</i> Variabel <i>Environmental Concern</i> .....	95
Tabel IV.27	<i>Full Model</i> .....	96
Tabel IV.28	<i>Fit Model</i> .....	97
Tabel IV.29	Perbandingan Hasil <i>Full Model</i> dan <i>Fit Model</i> .....	98
Tabel IV.30	Pernyataan Indikator dalam <i>Fit Model</i> .....	100
Tabel IV.31	Estimasi Parameter <i>Regression Weights Model</i> .....	101
Tabel IV.32	Hasil <i>Fitted Model</i> .....	102

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I-1 Komposisi Pengelolaan Limbah Padat di Indonesia .....	2
Gambar II-1 Kerangka Pemikiran .....	43
Gambar III-1 Permodelan SEM .....	65
Gambar IV-1 Model <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Health Consciousness</i> .....	90
Gambar IV-2 Model <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Consumer Innovativeness</i> .....	91
Gambar IV-3 Model <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Consumer Purchase Intention</i> .....	92
Gambar IV-4 Model <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Willingness to Pay Premium</i> .....	93
Gambar IV-5 Model <i>Second Order Construct</i> Variabel <i>Environmental Concern</i> .....	94
Gambar IV-6 <i>Full Model</i> .....	96
Gambar IV-7 <i>Fit Model</i> .....	97