

**PENGARUH *LEVEL OF TRUST IN THE LABELING, SUBJECTIVE NORM, GREEN PURCHASE INTENTION*
TERHADAP *CONSUMERS GREEN PURCHASE BEHAVIOR* DI ORIFLAME SURABAYA**



OLEH:

ALVIN RICKY TANAYA

3103015003

**JURUSAN MANAJEMEN
FALKUTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

**PENGARUH *LEVEL OF TRUST IN THE LABELING*,
SUBJECTIVE NORM, *GREEN PURCHASE INTENTION*
TERHADAP *CONSUMERS GREEN PURCHASE*
BEHAVIOR DI ORIFLAME SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada
FALKUTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk memenuhi

OLEH:
ALVIN RICKY TANAYA
3103015003

**JURUSAN MANAJEMEN
FALKUTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

2019

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *LEVEL OF TRUST IN THE LABELING*,
SUBJECTIVE NORM, *GREEN PURCHASE INTENTION*
TERHADAP *CONSUMERS GREEN PURCHASE*
BEHAVIOR DI ORIFLAME SURABAYA**

OLEH:
ALVIN RICKY TANAYA
3103015003

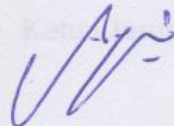
Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Robertus Sigit H. L., SE. M.sc.
NIK. 311.11.0678
Tanggal: 20 Juni 2019

Pembimbing II,



Yulika Rosita Agrippina, S.M., MIB.
NIK. 311.18.1016
Tanggal: 24 Juni 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Alvin Ricky Tanaya dengan NRP: 3103015003

Telah diuji pada Tanggal 4 Juli 2019 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji



Dr. Tuty Lindawati, S.E., M.M.

NIK.311.97.0297

Mengetahui,



Dr. Ludovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPAI

NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan



Robertus Sigit H. L., SE. M.sc.

NIK. 311.11.0678

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya
Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Alvin Ricky Tanaya

NRP : 3103015003

Judul Skripsi : Pengaruh *Level of Trust in the Labeling, Subjective Norm, Green Purchase Intention* terhadap *Consumers Green Purchase Behavior* di Oriflame Surabaya

Menyatakan bahwa Skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarism, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 19 Juni 2019

Yang menyatakan



(Alvin Ricky Tanaya)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmatNya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir dengan baik. Penulisan tugas akhir dengan judul “Pengaruh Level of Trust in the Labeling, Subjective Norm, Green Purchase Intention terhadap Consumers Green Purchase Behavior di Oriflame Surabaya. Tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam menyelesaikan tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulisan baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar besarnya kepada:

1. Bapak Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit, SE. M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan saran sehingga tugas akhir dapat terselesaikan dengan baik.
3. Yulika Rosita Agrippina, S.M., MIB. Selaku dosen Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan saran sehingga tugas akhir dapat terselesaikan dengan baik.
4. Ibu Dr. C Erna Susilowati, M.Si. Selaku Dosen Wali yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada penulis selama masa studi.
5. Segenap Dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan selama masa studi.
6. Fenny Aprilia, A. Md yang telah memberikan dukungan, semangat, dan doa kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

7. Keluarga saya yang selalu mendukung, memberikan semangat, dan doa kepada saya sehingga dapat menyelesaikan studi ini dengan baik.
8. Teman-teman seperjuangan (Evan, Cecil, Andreas, Axel, Brenda, Richie, Stanley, Alvin BP) yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna sehingga masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun agar kedepannya skripsi ini akan menjadi karya yang lebih baik. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi siapa saja yang membutuhkannya.

Surabaya, 16 Juni 2019

Penulis,

Alvin Ricky Tanaya

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1 <i>Theory Planned of Behavior</i>	8
2.1.2 <i>Level of Trust in the Labeling</i>	9
2.1.3 <i>Subjective Norm</i>	10

2.1.4 <i>Green Purchase Itention</i>	12
2.1.5 <i>Consumers Green Purchase Behavior</i>	13
2.2. Penelitian Terdahulu	14
2.3 Hubungan Antar Variabel	16
2.3.1 Hubungan <i>Level of Trust in The Labeling</i> dengan <i>Green Purchase Itention</i>	16
2.3.2 Hubungan <i>Subjective Norm</i> dengan <i>Green Purchase Itention</i>	17
2.3.3 Hubungan <i>Green Purchase Intention</i> dengan <i>Consumers Green Purchase Behavior</i>	17
2.4 Model Penelitian	18
BAB 3 METODE PENELITIAN	19
3.1 Desain Penelitian.....	19
3.2 Identifikasi, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel.....	19
3.2.1 Varibael Eksogen	19
3.2.1.1 <i>Level of Trust in The Labeling</i>	19
3.2.1.2 <i>Subjective Norm</i>	20
3.2.2 Varibael Endogen.....	20
3.2.2.1 <i>Green Purchase Intention</i>	20
3.2.2.2 <i>Consumers Green Purchase Behavior</i>	21
3.2.3 Pengukuran Variabel.....	21
3.3 Jenis dan Sumber Data	22
3.4 Alat dan Metode Pengumpulan Data	22
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Penyampelan	22
3.6 Analisis Data	23
3.6.1 Uji Data	23
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	26
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	26

4.1.1 Pernah Membeli Produk.....	26
4.1.2 Berdomisili di Surabaya.....	26
4.1.3 Jenis Kelamin.....	27
4.1.4 Usia.....	27
4.1.5 Status Responden.....	28
4.1.6 Pengeluaran Responden.....	28
4.2 Deskripsi Data.....	29
4.2.1 Statistik Deskriptif Variabel <i>Level of Trust in the Labeling</i>	29
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel <i>Subjective Norm</i>	30
4.2.3 Statistik Deskriptif Variabel <i>Green Purchase Intention</i>	31
4.2.4 Statistik Deskriptif Variabel <i>Consumers Green Purchase Behavior</i> ...	31
4.3 Hasil Analisis Data.....	32
4.3.1 Uji Normalitas.....	32
4.3.2 Uji Validitas.....	34
4.3.3 Uji Reliabilitas.....	34
4.3.4 Uji Kecocokan Model Keseluruhan.....	35
4.3.5 Uji Kecocokan Model Stuktural.....	36
4.3.6 Uji Hipotesis.....	37
4.4 Pembahasan.....	38
4.4.1 Pengaruh <i>Level of Trust in the Labeling</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i> pada Produk Oriflame di Surabaya.....	38
4.4.2 Pengaruh <i>Subjective Norm</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i> pada Produk Oriflame di Surabaya.....	39
4.4.3 Pengaruh <i>Green Purchase Intention</i> terhadap <i>Consumers Green Purchase Behavior</i> pada Produk Oriflame di Surabaya.....	40
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	41
5.1 Simpulan.....	41
5.2 Keterbatasan.....	41
5.3 Saran.....	42

DAFTAR PUSTAKA	44
LAMPIRAN.....	47

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Total Penjualan Produk Kosmetik di Indonesia (2010 – 2017).....	1
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 <i>Goodness of Fit Model</i>	24
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Pernah Membeli Produk.....	25
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Berdomisili di Surabaya	25
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	26
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	26
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status	27
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran	27
Tabel 4.7 Interval Rata-rata Setiap Variabel.....	28
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Level of Trust in the Labeling</i>	28
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Subjective Norm</i>	29
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Green Purchase Intention</i>	30
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel <i>Consumers Green Purchase Behavior</i>	30
Tabel 4.12 <i>Test of Univariate Normality for Continuous Variables</i>	31
Tabel 4.13 <i>Test of Multivariate Normality for Continuous Variables</i>	32
Tabel 4.14 Uji Validitas	33
Tabel 4.15 Uji Reliabilitas	34
Tabel 4.16 Pengujian Kecocokan Keseluruhan Model	34
Tabel 4.17 Pengujian Hipotesis	36

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model <i>Theory of Planned Behavior</i>	8
Gambar 2.2 Model Penelitian	17

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Karakteristik Responden
- Lampiran 3a Jawaban Responden Tentang Variabel LT dan SN
- Lampiran 3b Jawaban Responden Tentang Variabel GPI dan GPB
- Lampiran 4 Frekuensi Karakteristik Responden
- Lampiran 5. Uji Normalitas
- Lampiran 6. Outout SEM
- Lampiran 7a. *Path Diagram – Estimate*
- Lampiran 7b. *Path Diagram – T-values*
- Lampiran 7c. *Path Diagram – Standarized Solution*
- Lampiran 8 Reliabilitas

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh *Level of Trust in the Labeling*, *Subjective Norm*, *Green Purchase Intention* terhadap *Consumers Green Purchase Behavior* di Oriflame Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan ialah *non probability* sampling dengan karakteristik responden pernah membeli produk ramah lingkungan Oriflame, berdomisili di Surabaya, berjenis kelamin perempuan dan laki-laki, berusia 17 tahun keatas, status dari responden pelajar/mahasiswa, pegawai negeri/swasta, wiraswasta dan lain-lain serta pengeluaran responden dibawah 2 juta hingga diatas 8 juta. Cara untuk menentukan sampel adalah dengan menggunakan metode *purposive sampling* dan sampel yang digunakan sebesar 150 responden dengan menggunakan alat pengumpulan data berupa kuesioner dalam bentuk *Google Form*. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equations Modeling* (SEM) dengan menggunakan program LISREL 8.8.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *Level of Trust in the Labeling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Green Purchase Intention*, *Subjective Norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Green Purchase Intention* dan *Green Purchase Intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Consumers Green Purchase Behavior* di Oriflame Surabaya.

Kata Kunci: *Level of Trust in the Labeling*, *Subjective Norm*, *Green Purchase Intention*, *Consumers Green Purchase Behavior*

**THE EFFECT OF LEVEL OF TRUST IN THE LABELING, SUBJECTIVE
NORM, GREEN PURCHASE INTENTION ON CONSUMERS GREEN
PURCHASE INTENTION AT ORIFLAME SURABAYA**

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of Level of Trust in the Labeling, Subjective Norm, Green Purchase Intention on the Green Purchase Behavior Consumers at Oriflame Surabaya. The sampling technique used was non probability sampling with the characteristics of respondents who had bought environmentally friendly products Oriflame, residing in Surabaya, male and female, opening 17 years and over, status of respondents / students, public / private employees, entrepreneurs and others and spend respondents under 2 million to above 8 million. How to determine the sample using purposive sampling method and the sample used was 150 respondents using a data collection tool in the form of a questionnaire in the form in Google Form. The data analysis technique used Structural Equations Modeling (SEM) using the LISREL 8.8 program.

The results of this study prove that Level of Trust in the Labeling has a positive and significant effect on Green Purchase Intention, Subjective Norm has a positive and significant effect on Green Purchase Intention and Green Purchase Intention has a positive and significant effect on the Green Purchase Behavior Consumers at Oriflame Surabaya.

Keywords: Level of Trust in the Labeling, Subjective Norm, Green Purchase Intention, Consumers Green Purchase Behavior