

# Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Intensi Pembelian Produk Kosmetik Hijau Pada Konsumen Muslim di Indonesia = Analysis of Factors Influencing Intention to Purchase Green Cosmetics Products for Muslim Consumers in Indonesia

Bianca Jasmine Alfitrah Putri Rosadi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920524072&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Maraknya isu lingkungan telah membuat masyarakat lebih banyak mengonsumsi produk hijau, salah satunya kosmetik hijau (green cosmetics) yang tidak hanya ramah lingkungan namun sejalan dengan prinsip syariah. Namun demikian, penjualan kosmetik hijau di Indonesia masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi intensi pembelian produk kosmetik hijau oleh konsumen Muslim di Indonesia. Penelitian ini mengadopsi kerangka Theory of Planned Behavior dengan tambahan beberapa variabel dan metode penelitian kuantitatif dengan Covariance-Based Structural Equation Modelling (CB-SEM). Data primer dikumpulkan dengan metode non-probability sampling dan melibatkan 500 responden Muslim Indonesia yang pernah membeli produk kosmetik hijau dalam 6 bulan terakhir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku memiliki hubungan signifikan positif terhadap intensi pembelian produk kosmetik hijau, dimana sikap memiliki pengaruh yang paling signifikan positif terhadap intensi tersebut. Adapun variabel pengetahuan lingkungan, motif ekologi, dan religiositas memiliki pengaruh signifikan positif terhadap sikap untuk membeli produk kosmetik hijau. Sedangkan variabel kesadaran kesehatan dan kolektivitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap untuk membeli produk kosmetik hijau. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan terhadap pelaku industri kosmetik hijau dalam menyusun strategi pemasaran yang sesuai, antara lain dengan mempromosikan produk kosmetik hijau oleh ahli dibidang terkait, memasukkan nilai religiositas ke dalam iklan, dan pelabelan ramah lingkungan pada kosmetik hijau. Hasil ini juga diharapkan bermanfaat bagi pemerintah untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat seputar lingkungan serta akademisi sebagai rujukan bagi penelitian sejenis dan memperkaya literatur terkait kosmetik hijau di Indonesia maupun global.

.....The rise of environmental issues has made people consume more green products, one of which is green cosmetics that are not only environmentally friendly but in line with sharia principles. However, sales of green cosmetics in Indonesia are still very limited. Therefore, this study aims to determine the factors that influence the purchase intention of green cosmetics products by Muslim consumers in Indonesia. This study adopts the Theory of Planned Behavior framework with the addition of several variables and quantitative research methods with Covariance-Based Structural Equation Modeling (CB-SEM). Primary data was collected using non-probability sampling method and involved 500 Indonesian Muslim respondents who had purchased green cosmetics products in the last 6 months. The results showed that the variables of attitude, subjective norms, and behavioral control have a significant positive relationship with the intention to purchase green cosmetics products, where attitude has the most significant positive influence on the intention. The variables of environmental knowledge, ecological motives, and religiosity have a significant positive influence on the attitude to buy green cosmetics products. While the variables of health awareness and collectivity do not have a significant influence on the attitude to buy green cosmetics products. The

results of this study are expected to provide input to green cosmetics industry players in developing appropriate marketing strategies, including promoting green cosmetics products by experts in related fields, incorporating religiosity values into advertisements, and environmentally friendly labeling on green cosmetics. These results are also expected to be useful for the government to increase public knowledge about the environment and academics as a reference for similar research and enrich the literature related to green cosmetics in Indonesia and globally.