



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERILAKU
PEMBELIAN HIJAU PADA KOSMETIK HALAL PT
PARAGON TECHNOLOGY AND INNOVATION**

SKRIPSI

DWITA AZZAHRA 2210116026

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2025**



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERILAKU
PEMBELIAN HIJAU PADA KOSMETIK HALAL PT
PARAGON TECHNOLOGY AND INNOVATION**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

DWITA AZZAHRA 2210116026

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2025**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Dwita Azzahra

NIM : 2210116026

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 17 Desember 2025

Yang Menyatakan,



(Dwita Azzahra)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dwita Azzahra
NIM : 2210116026
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Ekonomi Syariah
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Pembelian Hijau pada Kosmetik Halal PT Paragon Technology and Innovation

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 17 Desember 2025

Yang menyatakan,


(Dwita Azzahra)

SKRIPSI

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERILAKU PEMBELIAN HIJAU PADA KOSMETIK HALAL PT PARAGON TECHNOLOGY AND INNOVATION

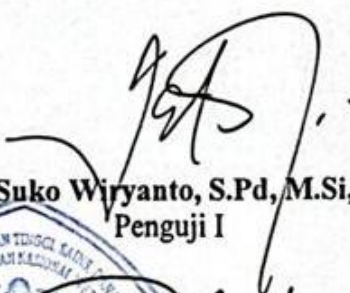
Dipersiapkan dan disusun oleh:

DWITA AZZAHRA 2210116026

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 17 Desember 2025
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



Prima Dwi Priyatno, B.A, M.E.
Ketua Penguji



Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd, M.Si, CDIF
Penguji I



Dr. Jubaedah, S.E, M.M.
Dekan



Dr. Muhammad Anwar Fathoni, Lc, M.A, CDIF
Penguji II (Pembimbing)



Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd, M.Si, CDIF
Koordinator Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 29 Desember 2025

Factors Affecting Green Purchase Behavior in Halal Cosmetics at PT Paragon Technology and Innovation

By Dwita Azzahra

Abstract

Indonesia faces serious problems in waste management, including from the rapidly growing cosmetics sector with its use of environmentally unfriendly packaging. This condition exacerbates the burden on the environment while encouraging consumers to pay more attention to sustainability aspects in their purchasing behavior. PT Paragon Technology and Innovation, as one of the leading halal cosmetics manufacturers in Indonesia, is committed to responding to these challenges through environmentally friendly products and social responsibility programs. Therefore, this study aims to analyze the influence of subjective norms, green purchasing attitudes, environmental knowledge, and religiosity on the green purchasing behavior of consumers of PT Paragon's halal cosmetic products. The method used is quantitative with SEM-PLS analysis techniques, using primary data from questionnaires distributed to 140 consumers of PT Paragon's halal cosmetic products. The results of the study indicate that subjective norms and green purchasing attitudes have a positive and significant effect on green purchasing behavior, while environmental knowledge and religiosity do not have a significant effect. These findings indicate the importance of sustainability communication strategies and strengthening the image of halal cosmetic products to reinforce the influence of these two variables in the future.

Keywords: *environmental knowledge, green purchase behavior, halal cosmetics, religiosity, subjective norms*

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Pembelian Hijau pada Kosmetik Halal PT Paragon Technology and Innovation

Oleh Dwita Azzahra

Abstrak

Indonesia menghadapi masalah serius dalam pengelolaan sampah, termasuk dari sektor kosmetik yang berkembang pesat dengan penggunaan kemasan yang tidak ramah lingkungan. Kondisi ini memperparah beban lingkungan sekaligus mendorong konsumen untuk lebih memperhatikan aspek keberlanjutan dalam perilaku pembelian mereka. PT Paragon Technology and Innovation, sebagai salah satu produsen kosmetik halal terkemuka di Indonesia, berkomitmen untuk menjawab tantangan tersebut melalui produk yang ramah lingkungan dan program tanggung jawab sosial. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh norma subjektif, sikap pembelian hijau, pengetahuan lingkungan, dan religiusitas terhadap perilaku pembelian hijau konsumen produk kosmetik halal PT Paragon. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik analisis SEM-PLS, menggunakan data primer dari kuesioner yang disebarakan kepada 140 konsumen produk kosmetik halal PT Paragon. Hasil penelitian menunjukkan bahwa norma subjektif dan sikap pembelian hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian hijau, sedangkan pengetahuan lingkungan dan religiusitas tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini mengindikasikan pentingnya strategi komunikasi keberlanjutan dan penguatan citra produk kosmetik halal untuk memperkuat pengaruh kedua variabel tersebut di masa mendatang.

Kata kunci: kosmetik halal, norma subjektif, pengetahuan lingkungan, perilaku pembelian hijau, religiusitas



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450

Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904

Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GANJIL TA. 2025/2026

Pada hari ini, Rabu, tanggal 17 Desember 2025, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa:

Nama : Dwita Azzahra

NIM : 2210116026

Program Studi : S1 Ekonomi Syariah

Judul Skripsi :

"FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU PEMBELIAN HIJAU PADA KOSMETIK HALAL PT PARAGON TECHNOLOGY AND INNOVATION"

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus**)

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Prima Dwi Priyatno, B.A, M.E.	Ketua	
2	Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd, M.Si, CDIF	Anggota I	
3	Dr. Muhammad Anwar Fathoni, Lc, M.A, CDIF	Anggota II **)	

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 17 Desember 2025

Mengesahkan
a.n. DEKAN
Koordinator Prodi S1 Ekonomi Syariah

Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd, M.Si, CDIF

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul ***“Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Pembelian Hijau pada Kosmetik Halal PT Paragon Technology and Innovation”***. Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Dr. Jubaedah, S.E, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Bapak Dr. Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF, selaku Ketua Jurusan, Bapak Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd, M.Si, CDIF, selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah sekaligus Penguji 1, Bapak Prima Dwi Priyatno, B.A, M.E. selaku Ketua Penguji, dan kepada Bapak Dr. Muhammad Anwar Fathoni, Lc, M.A, CDIF, selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan, arahan, saran, waktu, dan motivasi kepada penulis selama proses penulisan skripsi.

Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Bapak Eddy dan Ibu Euis selaku kedua orang tua penulis, serta kepada Teteh, Gyana, Bhumi, dan seluruh anggota keluarga yang senantiasa memberikan doa, dukungan, dan kasih sayang sehingga menjadi motivasi besar bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa, ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada teman-teman terdekat, yaitu Jihan, Naila, Amanda, Saddam, Nurul, Izma, Widya, Zahra, Evelyn, Syahla, Refa, Zara, Sabrina, Cia, seluruh teman Aristeia, anggota EDC 2024-2025, anggota VCC 2024-2025, serta teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu, atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang diberikan selama proses penyusunan skripsi dan masa perkuliahan. Penulis berharap karya ini dapat memberikan manfaat bagi semua pembaca.

Jakarta, 17 Desember 2025

Dwita Azzahra

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	<i>vi</i>
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Hasil Penelitian	8
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Perilaku Pembelian Hijau (<i>Green Purchase Behavior</i>)	10
2.1.2 Norma Subjektif (<i>Subjective Norm</i>)	12
2.1.3 Sikap Pembelian Hijau (<i>Green Purchase Attitude</i>)	14
2.1.4 Pengetahuan Lingkungan (<i>Environmental Knowledge</i>)	16
2.1.5 Religiusitas	17
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya	19
2.3 Model Penelitian	32
2.4 Hipotesis	32

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	34
3.1.1 Definisi Operasional	34
3.1.2 Pengukuran Variabel	35
3.2 Populasi dan Sampel	38
3.2.1 Populasi	38
3.2.2 Sampel	38
3.3 Teknik Pengumpulan Data	39
3.3.1 Jenis Data	39
3.3.2 Sumber data	39
3.3.3 Pengumpulan Data	39
3.4 Teknik Analisis Data	40
3.4.1 Teknik Analisis	40
3.4.2 Analisis Statistik Deskriptif	40
3.4.3 Model Pengukuran (<i>Measurement Model</i>)	41
3.4.4 Model Struktural (<i>Structural Model</i>)	42
3.4.5 Uji Hipotesis	43
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	 44
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	44
4.2 Deskripsi Data Penelitian	44
4.2.1 Deskripsi Data Responden	45
4.2.2 Analisis Data Deskriptif	49
4.3 Uji Hipotesis dan Analisis	56
4.3.1 Model Pengukuran (<i>Measurement Model</i>)	56
4.3.2 Model Struktural (<i>Structural Model</i>)	59
4.3.3 Uji Hipotesis	61
4.4 Pembahasan	63
4.4.1 Pengaruh Norma Subjektif terhadap Perilaku Pembelian Hijau Kosmetik Halal PT Paragon Technology and Innovation	63
4.4.2 Pengaruh Sikap Pembelian Hijau terhadap Perilaku Pembelian Hijau Kosmetik Halal PT Paragon Technology and Innovation	65

4.4.3	Pengaruh Pengetahuan Lingkungan terhadap Perilaku Pembelian Hijau Kosmetik Halal PT Paragon Technology and Innovation	66
4.4.4	Pengaruh Religiusitas terhadap Perilaku Pembelian Hijau Kosmetik Halal PT Paragon Technology and Innovation	68
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		70
5.1	Simpulan	70
5.2	Keterbatasan Penelitian	70
5.3	Saran	71
DAFTAR PUSTAKA		72
RIWAYAT HIDUP		80
LAMPIRAN		81

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data 10 Negara Penghasil Sampah Terbesar di Dunia	1
Tabel 2. Matriks Penelitian Sebelumnya	27
Tabel 3. Skala Likert	36
Tabel 4. Indikator Variabel	36
Tabel 5. Interpretasi Nilai Indeks	41
Tabel 6. Kategori Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 7. Kategori Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 8. Kategori Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	46
Tabel 9. Kategori Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
Tabel 10. Kategori Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan	46
Tabel 11. Kategori Responden Berdasarkan Status Pernikahan	47
Tabel 12. Kategori Responden Berdasarkan Domisili	47
Tabel 13. Kategori Responden Berdasarkan Jenis Kosmetik	48
Tabel 14. Kategori Responden Berdasarkan Merek Kosmetik PT Paragon	48
Tabel 15. Tabel Outer Loadings	56
Tabel 16. Average Variance Extracted (AVE)	58
Tabel 17. Uji Reabilitas	59
Tabel 18. R-Square	59
Tabel 19. F-Square	60
Tabel 20. Model Fit	61
Tabel 21. Uji T-Statistik	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Alasan Membeli Produk Ramah Lingkungan	3
Gambar 2. Model Penelitian	32
Gambar 3. Jawaban Responden terhadap Perilaku Pembelian Hijau pada Kosmetik Halal PT Paragon	49
Gambar 4. Jawaban Responden terhadap Norma Subjektif pada Kosmetik Halal PT Paragon	50
Gambar 5. Jawaban Responden terhadap Sikap Pembelian Hijau pada Kosmetik Halal PT Paragon	52
Gambar 6. Jawaban Responden terhadap Pengetahuan Lingkungan pada Kosmetik Halal PT Paragon	53
Gambar 7. Jawaban Responden terhadap Religiusitas pada Kosmetik Halal PT Paragon	55

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Surat Persetujuan Mengikuti Sidang Skripsi
- Lampiran 2. Lembar Monitoring Bimbingan
- Lampiran 3. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4. Data Kuesioner 140 Responden
- Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 6. Hasil Analisis Deskriptif
- Lampiran 7. Hasil Output Smart-PLS