

**PENGARUH *ECO-LABEL* DAN *ECO-BRAND* TERHADAP MINAT BELI
PADA PRODUK SENSATIA BOTANICALS DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

MOY YUSTIWA RAHAYU PUTRI KARTIKA
21012010029/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2025**

**PENGARUH *ECO-LABEL* DAN *ECO-BRAND* TERHADAP MINAT BELI
PADA PRODUK SENSATIA BOTANICALS DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

MOY YUSTIWA RAHAYU PUTRI KARTIKA
21012010029/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2025

SKRIPSI

**PENGARUH *ECO-LABEL* DAN *ECO-BRAND* TERHADAP MINAT BELI
PADA PRODUK SENSATIA BOTANICALS DI SURABAYA**

Disusun Oleh:

MOY YUSTIWA RAHAYU PUTRI KARTIKA
21012010029/FEB/EM

**Telah Dipertahankan Dihadapan
Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal: 29 Agustus 2025**

Pembimbing Utama



Drs. Zawawi, SE, MM, M.Pd
NIP. 197006252021211003

**Tim Penguji
Ketua**



Dra. Ec. Supriyono, SE, MM
NIP. 196106261988031001

Anggota



Nurkholish Majid, S.E., M.M.
NIP. 199209282024061002

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**



Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP.
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Moy Yustiwa Rahayu Putri Kartika
NPM : 21012010029
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 29 Agustus 2025
Yang Membuat Pernyataan



Moy Yustiwa Rahayu Putri Kartika
NPM. 21012010029

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Eco-Label* dan *Eco-Brand* Terhadap Minat Beli pada Produk Sensatia Botanicals di Surabaya”**. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan dan meraih gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menghadapi berbagai tantangan dan hambatan. Namun, berkat doa, dukungan, serta dorongan dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan tugas ini dengan baik. Segala bentuk bantuan, arahan, serta bimbingan yang diberikan sangat berarti dalam mendukung kelancaran penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.T., selaku Rektor UPN “Veteran” Jawa Timur yang telah menyediakan sarana dan prasarana sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur.

4. Bapak Drs. Zawawi, S.E., M.M., M.Pd., selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, saran, waktu, tenaga, serta ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Kedua orang tua dan keluarga penulis yang selalu memberikan doa, restu, serta dukungan baik secara moral maupun material yang menjadi sumber semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh teman-teman saya, yaitu Mala, Selina, Yuwono, Rakha, Nawang, Adit, Bernica, Firda yang turut membantu memberikan dukungan, saran, serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa karya ini masih jauh dari kesempurnaan, karena itu penulis memohon maaf atas segala kekurangan. Semoga segala bantuan, doa, dan dukungan yang diberikan mendapat balasan kebaikan dari Allah SWT, dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Surabaya, 05 Agustus 2025

Moy Yustiwa Rahayu Putri Kartika

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
ABSTRAK.....	viii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II.....	16
TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Penelitian Terdahulu	16
2.2 Tinjauan Teori.....	18
2.2.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	18
2.2.2 <i>Eco-Label</i>	19
2.2.3 <i>Eco-Brand</i>	22
2.2.4 Minat Beli	24
2.3 Hubungan Antar Variabel	26
2.3.1 Pengaruh <i>Eco-Label</i> terhadap Minat Beli.....	26
2.3.2 Pengaruh <i>Eco-Brand</i> terhadap Minat Beli.....	27
2.4 Kerangka Konseptual	28
2.5 Hipotesis.....	29
BAB III	30
METODE PENELITIAN	30
3.1 Definisi Operasional.....	30
3.1.1 Variabel Independen (X).....	30
3.1.2 Variabel Dependen (Y)	32

3.2 Pengukuran Variabel.....	33
3.3 Teknik Penentuan Sampel	34
3.3.1 Populasi.....	34
3.3.2 Sampel	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.4.1 Jenis Data.....	36
3.4.2 Sumber Data	36
3.4.3 Metode Pengumpulan Data.....	37
3.5 Teknik Pengujian Instrumen.....	37
3.5.1 Uji Validitas	37
3.5.2 Uji Reabilitas	38
3.6 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	38
3.6.1 Teknik Analisis Data.....	38
3.6.2 Model Indikator Refleksi dan Indikator Formatif.....	40
3.6.3 Cara Kerja PLS	42
3.6.4 Langkah-Langkah PLS	43
3.6.5 Asumsi PLS	50
BAB IV	51
HASIL DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	51
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	53
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	54
4.2.1 Karakteristik Responden.....	54
4.2.2 Deskripsi Data Variabel	56
4.3 Hasil Analisis Data	63
4.3.1 <i>Outer Model</i>	63
4.3.2 Analisis Model PLS	69
4.3.3 Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	70
4.4 Pembahasan	73
4.4.1 Pengaruh <i>Eco-Label</i> Terhadap Minat Beli.....	73
4.4.2 Pengaruh <i>Eco-Brand</i> Terhadap Minat Beli.....	74

BAB V	76
KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Minat Konsumen Indonesia terhadap Produk Berkelanjutan.....	4
Gambar 1. 2 Produk Kecantikan dari Sensatia Botanicals.....	8
Gambar 1. 3 Ikon “ <i>No Animal Testing</i> ” pada Kemasan Produk	9
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 3. 1 Model Indikator Refleksi	41
Gambar 3. 2 Langkah-Langkah PLS.....	45
Gambar 3. 3 Diagram Jalur <i>Partial Least Squares</i>	45
Gambar 4. 1 Logo Produk Kecantikan Sensatia Botanicals	51
Gambar 4. 2 <i>Outer Model (Factor Loading, Path Coefficients dan R-Square)</i>	69
Gambar 4. 3 <i>Inner Model</i> dengan Nilai Signifikansi <i>T-Statistics Bootstrapping</i> ...	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Keterangan dan Skor Penilaian Jawaban Kuesioner	34
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel 4. 4 Frekuensi Hasil Jawaban Variabel <i>Eco-Label</i> (X1)	56
Tabel 4. 5 Frekuensi Hasil Jawaban Variabel <i>Eco-Brand</i> (X2).....	59
Tabel 4. 6 Frekuensi Hasil Jawaban Variabel Minat Beli (Y).....	61
Tabel 4. 7 <i>Outer Loadings</i>	64
Tabel 4. 8 <i>Cross Loading</i>	65
Tabel 4. 9 <i>Average Variance Extraced</i> (AVE).....	66
Tabel 4. 10 <i>Composite Reliability</i>	67
Tabel 4. 11 <i>Latent Variable Correlations</i>	68
Tabel 4. 12 <i>R-Square</i>	70
Tabel 4. 13 Pengujian Hipotesis (<i>Path Coefficient, T-Statistic, dan P-Value</i>)	71

PENGARUH *ECO-LABEL* DAN *ECO-BRAND* TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK SENSATIA BOTANICALS DI SURABAYA

MOY YUSTIWA RAHAYU PUTRI KARTIKA

21012010029/FEB/EM

ABSTRAK

Kesadaran akan isu lingkungan mendorong konsumen untuk lebih selektif dalam memilih produk yang ramah lingkungan, salah satunya melalui *eco-label* dan *eco-brand* sebagai bagian dari strategi *green marketing*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *eco-label* dan *eco-brand* terhadap minat beli pada produk Sensatia Botanicals di Surabaya. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dan dianalisis menggunakan SEM-PLS melalui SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik *eco-label* maupun *eco-brand* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Dapat disimpulkan bahwa konsumen cenderung tertarik membeli produk ketika produk tersebut menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran berbasis lingkungan efektif dalam meningkatkan minat beli dan dapat menjadi keunggulan bersaing bagi perusahaan.

Kata Kunci: Eco-Label, Eco-Brand, Minat Beli, Green Marketing