

**PENGARUH GREEN BRAND INNOVATIVENESS, GREEN KNOWLEDGE  
DAN UTILITARIAN ENVIRONMENTAL BENEFITS TERHADAP GREEN  
PERCEIVED VALUE PADA PENGGUNA PRODUK SKINCARE MEREK  
MS GLOW PADA GENERASI MILLENNIAL DI KOTA PADANG**

**SKRIPSI**



**SAFIROH FAUZIAH ARRASYID LUBIS**  
**1810011211137**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Jurusan Manajemen

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BUNG HATTA  
PADANG  
2022**

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini Pembimbing Skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Bung Hatta menyatakan :

Nama : Safiroh Fauziah Arrasyid Lubis

Npm : 1810011211137

Program Studi : Strata Satu (S1)

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh *Green Brand Innovativeness, Green Knowledge,*  
*dan Utilitarian Environmental Benefits Terhadap Green*  
*Perceived Value Pada Perigguna Produk Skincare Merek*  
*MS Glow Pada Generasi Millennial Di Kota Padang*

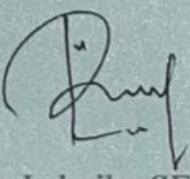
Telah disetujui Skripsinya sesuai dengan prosedur, ketentuan dan  
kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan dinyatakan **LULUS** dalam ujian  
komprehensif pada hari **Selasa, 26 Juni 2022.**

Disetujui oleh,

Pembimbing

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bung Hatta

  
Purbo Jadmiko SE.,M. Sc



Dr. Erni Febrina Harahap, SE.,M.Si

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar keserjanaan suatu perguruan tinggi dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diajukan dalam naskah ini dan disebutkan didalam daftar pustaka.

**Padang, Juli 2022**

**Safiroh Fauziah Arrasyid Lubis**

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur Alhamdulillah penulis sampaikan atas kehadirat Allah SWT berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan tugas akhir dengan judul “Pengaruh *Green Brand Innovativeness, Green Knowledge, dan Utilitarian Environmental Benefits* Terhadap *Green Perceived Value*”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan akademis dalam rangka menempuh ujian komprehensif sarjana dan untuk memperoleh gelar sarjana pada jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta Padang.

Dalam melakukan penelitian dan penulisan skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada orang-orang yang telah memberikan kontribusi dan motivasi kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Tafdid Husni, S.E., MBA selaku Rektor Universitas Bung Hatta yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu dengan kebijaksanaannya.
2. Ibu Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si dan Ibu Herawati S.E., M.Si., Ak. Selaku Dekan dan wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta
3. Ibu Lindawati, S.E, M.Si dan Bapak Purbo Jadmiko, S.E, M.Sc selaku ketua dan sekretaris jurusan Manajemen Universitas Bung Hatta yang telah

- bersedia membantu segala administrasi penulis dari awal penelitian.
4. Bapak Purbo Jadmiko, S.E, M.Sc selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan baik berupa pemahaman, petunjuk maupun saran-saran atau pendapat yang sangat penulis butuhkan dalam penelitian ini.
  5. Segenap dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu pengetahuan semasa perkuliahan dan para karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta yang telah memberikan bantuan demi kelancaran penelitian ini.
  6. Orang tua tercinta “Ayah dan Mama” yang sangat penulis cintai yang selalu mendoakan penulis, memberikan motivasi, baik dalam segi moril maupun materil, semangat yang tiada hentinya dan dukungan bagi penulis baik dalam pembuatan skripsi maupun dalam perkuliahan penulis. Berkat Do'a mereka lah penulisdapat mewujudkan semua cita-cita dan impian menjadi seorang Sarjana Manajemen.
  7. Keluarga besar tercinta adikku Sabrina Nabila arrasyid Lubis, Muhammad Day Roby Hidayat Arrasyid Lubis, dan Humairoh Arrasyid Lubis yang telah memberikan semangat, kasih sayang, pengertian serta selalu mengingatkan demi kelancaran pendidikan penulis di Universitas Bung Hatta.
  8. Untuk sahabat seperjuanganku semasa kuliah Nisa Ledy Novia, Zakiah, Fajri Gustio, Afrizal, Irsyadil Khulki, Taufik Dwi Harpama, Nurul Hakiki, Salwa Ulaya Ilpa, Irfan Ath Thariq, dan Novar Ardian Pratama terimakasih untuk semangat, meluangkan waktu untuk menemani dalam setiap langkah penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Semoga Allah selalu melindungi kita semua sukses dunia dan akhirat, Aamiin.
  9. Untuk sahabat tercinta Indah Masnauli dan Muhaini Atmayana Purba yang

selalu bersedia mendengarkan keluh kesah penulis serta memberikan semangat, dorongan serta selalu bersedia meluangkan waktu untuk menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.

10. Kepada seluruh teman-teman jurusan Manajemen angkatan 2018 Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta yang sedang berjuang maupun yang sudah mendapatkan gelar sarjana, penulis mengucapkan terimakasih atas kebersamaannya dalam perkuliahan.
11. Untuk seluruh responden yang telah meluangkan waktu dan informasi untuk membantu penyelesaian skripsi ini. Dan seluruh pihak yang turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Support kalian semua sangat berarti bagi penulis. Terimakasih .
12. For the last one, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for always being a giver and tryna give more than I receive.

Penulis menyadari bahwa, skripsi pada penelitian yang penulis tulis ini masih jauh dari kesempurnaan, banyak kekurangan didalam penulisan skripsi ini. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak, demi kesempurnaan penulis pada masa yang akan datang. Semoga penelitian ini berguna dan bermanfaat untuk kita semua, terimakasih.

Padang, Juli 2022

Safiroh Fauziah Arrasyid Lubis

**PENGARUH GREEN BRAND INNOVATIVENESS, GREEN KNOWLEDGE,  
DAN UTILITARIAN ENVIRONMENTAL BENEFITS TERHADAP GREEN  
PERCEIVED VALUE PADA PENGGUNA PRODUK SKINCARE MEREK  
MS GLOW PADA GENERASI MILLENNIAL DI KOTA PADANG**

Safiroh Fauziah Arrasyid Lubis<sup>1</sup>, Purbo Jadmiko<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas Bung Hatta

<sup>2</sup>Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas Bung Hatta

Email: [syafirohfauziah@gmail.com](mailto:syafirohfauziah@gmail.com)<sup>1</sup>, [purbojadmiko@bunghatta.ac.id](mailto:purbojadmiko@bunghatta.ac.id)<sup>2</sup>

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Green Brand Innovativeness*, *Green Knowledge*, dan *Utilitarian Environmental Benefits* Terhadap *Green Perceived Value* Pada Pengguna Produk Skincare merek MS Glow Populasi adalah seluruh konsumen di kota padang yang telah menggunakan skincare merek MS Glow, dengan jumlah sampel sebanyak 80 responden. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah purposive sampling. Jenis data yang digunakan adalah data primer melalui penyebaran kuesioner. Metode analisa data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Uji hipotesis dengan menggunakan uji T-test statistik untuk membuktikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial atau individu.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa *green brand innovativeness* berpengaruh positif terhadap *green perceived value*, *green knowledge* berpengaruh positif terhadap *green perceived value* dan *utilitarian environmental benefits* tidak berpengaruh terhadap *green perceived value*.

**Kata Kunci : Green Brand Innovativeness, Green Knowledge, Utilitarian Environmental Benefits, Green Perceived Value**

**THE EFFECT OF GREEN BRAND INNOVATIVENESS, GREEN KNOWLEDGE, AND UTILITARIAN ENVIRONMENTAL BENEFITS ON GREEN PERCEIVED VALUE ON USERS OF MS GLOW BRAND SKINCARE PRODUCTS IN THE MILLENNIAL GENERATION IN PADANG CITY**

<sup>1</sup>Student of Management Department, Faculty of Economics and Business,  
Bung Hatta University

<sup>2</sup>Lecturer of Management Department, Faculty of Economics and Business,  
Bung Hatta University

Email: [syafirohfauziah@gmail.com](mailto:syafirohfauziah@gmail.com)<sup>1</sup>, [purbojadmiko@bunghatta.ac.id](mailto:purbojadmiko@bunghatta.ac.id)<sup>2</sup>

**ABSTRACT**

This study aims to determine the effect of Green Brand Innovativeness, Green Knowledge, and Utilitarian Environmental Benefits on Green Perceived Value of Users of MS Glow Skincare Products. The population is all consumers in the city of Padang who have used MS Glow skincare, with a total sample of 80 respondents. The technique used in sampling is purposive sampling. The type of data used is primary data through questionnaires. The data analysis method used is multiple linear regression analysis. Test the hypothesis by using a statistical T-test to prove the effect of the independent variable on the dependent variable partially or individually.

The results of this study found that green brand innovativeness had a positive effect on green perceived value, green knowledge had a positive effect on green perceived value and utilitarian environmental benefits had no effect on green perceived value.

**Keywords:** Green Brand Innovativeness, Green Knowledge, Utilitarian Environmental Benefits, Green Perceived Value

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Perumusan Masalah.....	9
1.3    Tujuan Penelitian.....	9
1.4    Manfaat Penelitian.....	10
<b>BAB II .....</b>	<b>11</b>
<b>LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>11</b>
<b>BAB III.....</b>	<b>28</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>28</b>
3.1    Jenis Penelitian .....	28
3.2    Objek, Populasi dan Sampel Penelitian.....	28
3.2.1    Objek.....	28
3.2.2    Populasi.....	28
3.2.3    Sampel.....	28
3.3    Teknik Pengambilan Sampel.....	29
3.4    Jenis dan Sumber Data .....	29
3.5    Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	30
3.6    Uji Instrumen.....	31
3.6.1    Uji Validitas .....	31
3.6.2    Uji Reliabilitas .....	31
3.7    Analisis Deskriptif.....	31

3.8	Teknik Analisis Data .....	33
3.8.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	33
3.9	Pengujian Hipotesis .....	33
3.9.1	Uji Koefisien Determinasi (R2) .....	34
3.9.2	Uji t-statistik.....	34
<b>BAB IV</b>	<b>.....</b>	<b>36</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>36</b>
4.1	Demografis Responden .....	36
<b>Prosedur Penyebaran Kuesioner</b>	<b>.....</b>	<b>36</b>
4.2	Uji Instrumen.....	40
4.2.1	Hasil Pengujian Validitas .....	40
4.2.2	Hasil Pengujian Reliabilitas .....	44
4.3	Statistik Deskriptif.....	45
4.4	Hasil Pengujian Hipotesis.....	48
4.5	Pembahasan .....	50
4.5.1	Pengaruh <i>Green Brand Innovativeness</i> Terhadap <i>Green Perceived Value</i> Pada Konsumen di Kota Padang .....	50
4.5.2	Pengaruh <i>Green Knowledge</i> Terhadap <i>Green Perceived Value</i> Pada Konsumen di Kota Padang .....	51
4.5.3	Pengaruh <i>Utilitarian Environmental Benefits</i> Terhadap <i>Green Perceived Value</i> Pada Konsumen di Kota Padang .....	52
<b>BAB V</b>	<b>.....</b>	<b>54</b>
<b>PENUTUP .....</b>		<b>54</b>
5.1	Kesimpulan.....	54
5.2	Implikasi.....	54
5.3	Ketertatabatasan Penelitian .....	55
5.4	Saran .....	56
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>.....</b>	<b>57</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Keluhan Konsumen Pengguna Skincare MS Glow .....	3
Tabel 1.2 Hasil Survei Awal .....	4
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	30
Tabel 4.1 Prosedur Penyebaran Kuesioner .....	36
Tabel 4.2 Demografis Responden .....	38
Tabel 4.3 Pengujian Validitas <i>Green perceived value</i> .....	40
Tabel 4.4 Pengujian Validitas <i>Green brand innovativeness</i> .....	41
Tabel 4.5 Pengujian Validitas <i>Green knowledge</i> .....	42
Tabel 4.6 Pengujian Validitas <i>Utilitarian Environmental benefits</i> .....	43
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Reliabilitas .....	45
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel.....	46
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Hipotesis .....	48

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Top 10 Penjualan Merek Produk <i>Skincare</i> Indonesia 2021 .....	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	27

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Tabulasi Data
- Lampiran 3 Demografis Responden
- Lampiran 4 Pengujian Validitas dan Reabilitas Variabel *Green Perceived value*
- Lampiran 5 Pengujian Validitas dan Reabilitas Variabel *Green Brand Innovativeness*
- Lampiran 6 Pengujian Validitas dan Reabilitas Variabel *Green Knowledge*
- Lampiran 7 Pengujian Validitas dan Reabilitas Variabel *Utilitarian Environmental Benefits*
- Lampiran 8 Statistik Deskriptif Variabel dan Pengujian Hipotesis