



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 4 Tahun 2025 Page 8955-8969

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Hubungan Pengetahuan *Green Product* Kosmetik Merek X dengan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Remaja di Bintaro, Tangerang Selatan

Syifa Dharma Aurellia

Universitas Negeri Jakarta

Email: syifadharmaa06@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara pengetahuan remaja mengenai green product kosmetik merek X dengan keputusan pembelian mereka di Bintaro, Tangerang Selatan. *Green product* merupakan produk ramah lingkungan yang menggunakan bahan alami, bebas zat kimia berbahaya, dan dikemas secara berkelanjutan. Metode penelitian yang digunakan adalah survei kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah remaja berusia 14–24 tahun yang berdomisili di Bintaro dan pernah menggunakan kosmetik merek X. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara tingkat pengetahuan *green product* dengan keputusan pembelian remaja terhadap kosmetik merek X. Semakin tinggi pengetahuan remaja tentang *green product*, semakin besar kemungkinan mereka memilih produk yang ramah lingkungan. Penelitian ini memberikan implikasi bagi konsumen, produsen, dan pembuat kebijakan dalam meningkatkan kesadaran dan edukasi terkait kosmetik berkelanjutan.

Kata Kunci: *Green Product, Keputusan Pembelian, Kosmetik Ramah Lingkungan, Remaja, Bintaro, Tangerang Selatan*

Abstract

This study aims to examine the relationship between teenagers' knowledge of green cosmetic products (brand X) and their purchasing decisions in Bintaro, South Tangerang. Green products are environmentally friendly cosmetics made with natural ingredients, free from harmful chemicals, and packaged sustainably. The research used a quantitative survey method with a correlational approach. The population included teenagers aged 14–24 years residing in Bintaro who had used brand X cosmetics. Data were collected through questionnaires distributed to 100 respondents. The results of the analysis indicate a significant relationship between the level of green product knowledge and teenagers' purchasing decisions regarding brand X cosmetics. The higher the teenagers' knowledge of green products, the more likely they are to choose environmentally friendly options. This research offers implications for consumers, producers, and policymakers in increasing awareness and education related to sustainable cosmetics.

Keywords: *Green Product, Purchasing Decision, Eco-friendly Cosmetics, Teenagers, Bintaro, Tangerang Selatan*

PENDAHULUAN

Penggunaan produk yang tidak ramah lingkungan dapat berkontribusi terhadap meningkatnya limbah plastik dan pencemaran air akibat residu bahan kimia dari produk kecantikan. memahami hubungan antara pengetahuan remaja mengenai *green product* kosmetik dengan keputusan pembelian menjadi penting untuk melihat apakah kesadaran lingkungan berdampak pada perilaku konsumsi remaja di Bintaro.

Kesadaran akan pentingnya lingkungan hidup semakin meningkat, termasuk dalam industri kosmetik. *Green product* kosmetik merupakan produk yang diproduksi dengan mempertimbangkan aspek lingkungan, seperti penggunaan bahan alami, bebas zat kimia berbahaya, serta kemasan yang mudah terurai atau dapat didaur ulang. Seiring dengan tren gaya hidup sehat dan peduli lingkungan, produk kosmetik ramah lingkungan mulai menarik perhatian, terutama di kalangan remaja sebagai konsumen potensial.

Bintaro, sebagai kawasan berkembang di Tangerang Selatan, mengalami pertumbuhan signifikan dalam berbagai sektor, termasuk gaya hidup dan konsumsi produk kecantikan. Namun, meningkatnya penggunaan kosmetik juga berpotensi menambah permasalahan lingkungan, seperti limbah plastik dari kemasan produk serta kandungan bahan kimia yang dapat mencemari air dan tanah. Oleh karena itu, edukasi mengenai produk kosmetik ramah lingkungan menjadi penting untuk mendukung upaya pemeliharaan lingkungan di daerah ini.

Pemeliharaan lingkungan hidup di Bintaro dapat dikembangkan melalui berbagai inisiatif, seperti kampanye penggunaan produk berkelanjutan, pengelolaan sampah kosmetik, serta peningkatan kesadaran masyarakat mengenai dampak dari produk kecantikan terhadap ekosistem. Jika remaja sebagai konsumen utama memiliki pengetahuan yang baik tentang *green product* kosmetik, maka remaja di Bintaro dapat lebih selektif dalam memilih produk yang tidak hanya baik bagi kesehatan tetapi juga bagi lingkungan. Meskipun tren kosmetik ramah lingkungan semakin berkembang, masih terdapat berbagai hambatan yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen, terutama di kalangan remaja di Bintaro. Salah satu faktor penghambat utama adalah kurangnya pengetahuan mengenai konsep dan manfaat *green product* kosmetik. Banyak remaja yang masih lebih mengutamakan aspek harga, popularitas merek, atau hasil instan dari suatu produk dibandingkan mempertimbangkan aspek keberlanjutan. Selain itu, keterbatasan akses terhadap produk ramah lingkungan juga menjadi kendala, mengingat tidak semua toko kosmetik menyediakan pilihan tersebut, dan harganya sering kali lebih tinggi dibandingkan produk konvensional.

Selain penghambat dalam hal kesadaran dan aksesibilitas, terdapat pula efek negatif yang mungkin timbul dari meningkatnya popularitas *green product* kosmetik jika tidak disertai pemahaman yang baik. Misalnya, banyak produk yang mengklaim sebagai "*green*" tetapi sebenarnya belum memiliki sertifikasi resmi, sehingga menimbulkan fenomena *greenwashing* di mana suatu produk dipasarkan sebagai ramah lingkungan padahal masih mengandung bahan yang dapat mencemari lingkungan atau merugikan kesehatan. Hal ini dapat menyebabkan kebingungan di kalangan konsumen dan menurunkan kepercayaan terhadap konsep kosmetik berkelanjutan.

Produk ini biasanya menggunakan bahan alami, tidak mengandung zat berbahaya, tidak diuji pada hewan, serta dikemas dengan material yang dapat didaur ulang atau terurai secara alami. Memiliki komunitas yang mulai peduli terhadap lingkungan dan berusaha menerapkan gaya hidup berkelanjutan. Kesadaran akan dampak limbah kosmetik, seperti kemasan plastik sekali pakai serta kandungan kimia yang berpotensi mencemari air dan tanah, menjadi isu yang semakin diperhatikan. Remaja sebagai salah satu kelompok konsumen yang aktif dalam penggunaan produk kecantikan memiliki peran penting dalam mendukung perubahan menuju konsumsi yang lebih ramah lingkungan.

Isu lingkungan semakin menjadi perhatian seiring dengan meningkatnya konsumsi berbagai produk, termasuk kosmetik. *Green product* kosmetik hadir sebagai solusi yang lebih ramah lingkungan dengan penggunaan bahan alami, minim kandungan kimia

berbahaya, tidak diuji pada hewan, serta menggunakan kemasan yang dapat didaur ulang atau mudah terurai. Produk ini tidak hanya bermanfaat bagi kesehatan kulit, tetapi juga dapat mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan.

Meningkatnya konsumsi ini juga berpotensi menambah permasalahan lingkungan, seperti limbah kemasan plastik sekali pakai dan pencemaran dari bahan kimia yang terdapat dalam produk kecantikan. Oleh karena itu, kesadaran terhadap pentingnya memilih produk kosmetik yang lebih ramah lingkungan perlu ditingkatkan guna mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan sekitar.

Salah satu langkah untuk meningkatkan kesadaran lingkungan adalah melalui edukasi dan sosialisasi mengenai pentingnya penggunaan produk yang lebih berkelanjutan. Kampanye mengenai *green product* kosmetik dapat dilakukan melalui media sosial, sekolah, serta komunitas peduli lingkungan agar remaja memahami manfaat dari produk ini serta dampaknya terhadap keberlanjutan ekosistem. Selain itu, produsen juga berperan dalam memberikan informasi yang jelas kepada konsumen mengenai bahan dan proses produksi yang digunakan, sehingga dapat membantu konsumen dalam membuat keputusan yang lebih bijak.

Upaya mengatasi pencemaran lingkungan akibat limbah kosmetik juga perlu menjadi perhatian. Pengelolaan sampah kosmetik yang baik, seperti mendaur ulang kemasan atau menggunakan sistem refill untuk mengurangi sampah plastik, dapat menjadi solusi dalam mengurangi dampak buruk terhadap lingkungan. Remaja sebagai bagian dari generasi yang peduli terhadap isu keberlanjutan dapat didorong untuk berpartisipasi dalam berbagai program lingkungan, seperti gerakan *zero waste* atau bank sampah kosmetik, guna membantu mengatasi permasalahan pencemaran.

Perkembangan industri kosmetik semakin pesat seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap produk perawatan diri. Namun, di balik tren tersebut, muncul permasalahan terkait dampak lingkungan akibat bahan baku, proses produksi, hingga limbah kemasan yang sulit terurai. *Green product* kosmetik hadir sebagai solusi dengan menghadirkan produk yang lebih ramah lingkungan, baik dari segi bahan, produksi, maupun distribusi. Produk ini menggunakan bahan alami, bebas zat kimia berbahaya, tidak diuji pada hewan, serta dikemas dalam material yang dapat didaur ulang atau mudah terurai.

Semakin banyaknya limbah kemasan plastik dari produk kecantikan berkontribusi terhadap pencemaran lingkungan jika tidak dikelola dengan baik. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan pemahaman mengenai manfaat dan dampak dari *green product*

kosmetik, sehingga keputusan pembelian dapat lebih mengarah pada produk yang mendukung keberlanjutan lingkungan. Oleh sebab itu, kosmetik hadir dalam berbagai macam pilihan, dimulai dari pewarna bibir, pensil alis, bedak dan lainnya. Dari sekian kosmetik di pasaran, Wardah, sebagai salah satu merek kosmetik terbesar di Indonesia di bawah naungan PT Paragon Technology and Innovation, telah menunjukkan komitmen kuat terhadap kelestarian lingkungan. Remaja di bintaro menyadari meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya produk yang ramah lingkungan dan telah mengambil berbagai langkah untuk memenuhi harapan tersebut.

Salah satu inisiatif utama Wardah adalah penerapan konsep *Halal Green Beauty*, yang menekankan inovasi produk halal yang juga ramah lingkungan. dalam setiap tahap produksi, Wardah memastikan penggunaan bahan-bahan alami dan organik yang aman serta bebas dari uji coba pada hewan (*cruelty-free*). Masyarakat juga memperhatikan pembuangan limbah produksi dan konsumsi energi yang rendah, bahkan memiliki mesin daur ulang khusus untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan.

Wardah telah mengembangkan berbagai produk yang ramah lingkungan dengan menggunakan bahan-bahan alami dan kemasan yang dapat didaur ulang. Beberapa produk tersebut antara lain, *Wardah Hydra Rose Micro Gel Serum*. Serum ini mengandung minyak mawar alami yang membantu menjaga kelembapan kulit hingga 72 jam; *Wardah Lightening Serum Ampoule*. Mengandung *Advanced Niacinamide* yang berfungsi mencerahkan kulit dan melindungi dari paparan sinar biru; *Wardah White Secret Intense Brightening Essence*. Essence ini memiliki ekstrak *Silver Vine* yang membantu mencerahkan dan melembapkan kulit. Wardah, sebagai merek kosmetik lokal Indonesia, memiliki beberapa perbedaan signifikan dibandingkan dengan produk kosmetik lainnya. Beberapa perbedaan utama yaitu, Konsep Halal dan Ramah Lingkungan: Wardah dikenal sebagai pelopor kosmetik halal di Indonesia. Produk-produknya menerapkan filosofi *Halal Green Beauty*, yang mencakup lima prinsip utama: halal, natural, bebas alkohol, kolaborasi dengan ahli lokal dan global, serta tidak melakukan uji coba pada hewan (*cruelty-free*).

Inovasi Produk yang Beragam: Wardah secara konsisten menghadirkan inovasi produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen lokal. Misalnya, remaja di bintaro memiliki berbagai lini produk seperti *Wardah Exclusive* dan *Wardah Instaperfect* yang dirancang untuk memenuhi preferensi makeup yang berbeda. Wardah, sebagai salah satu merek kosmetik terkemuka di Indonesia, secara konsisten mencantumkan berbagai label penting pada setiap kemasan produknya. Label-label ini tidak hanya memberikan informasi kepada konsumen tetapi juga mencerminkan komitmen

Wardah terhadap standar kualitas, kehalalan, dan kelestarian lingkungan. Berikut adalah beberapa label yang biasanya terdapat pada kemasan produk Wardah Label BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) Setiap produk kosmetik yang beredar di Indonesia wajib memiliki nomor registrasi dari BPOM sebagai bukti bahwa produk tersebut telah lulus uji keamanan dan kualitas. Wardah memastikan semua produknya memiliki nomor registrasi BPOM yang tercantum jelas pada kemasan. (Prila Noor Adhilla et al., 2023) Wardah konsisten membuat produk halal yang *cruelty-free, no animal testing*, memperhatikan pembuangan limbah produksi, *low energy consumption*, memastikan tidak ada bahan berbahaya bagi konsumen bahkan memiliki mesin daur ulang khusus untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Produk dekoratif Wardah seperti lipstik, cushion, dan eyeshadow memang memiliki desain modern dan mudah diakses, namun sejauh mana konsumen remaja memilih produk-produk ini karena faktor *green* atau hanya karena tren dan harga, masih belum diketahui secara jelas.

Banyak remaja cenderung lebih memperhatikan hasil akhir makeup, warna, kemasan, dan pengaruh media sosial, dari pada memperhatikan apakah produk tersebut ramah lingkungan. Padahal, dengan meningkatnya isu perubahan iklim dan kesadaran lingkungan, pengetahuan mengenai *Green Product* seharusnya menjadi pertimbangan penting dalam keputusan pembelian kosmetik. Penelitian ini ingin mengetahui apakah pengetahuan remaja di Bintaro tentang *Green Product* khususnya pada produk kosmetik dekoratif Wardah berpengaruh terhadap keputusan pembelian mereka.

Peneliti memilih Wardah karena merupakan merek kosmetik lokal yang dikenal luas, khususnya di kalangan remaja. Wardah konsisten menghadirkan produk dengan label halal, dan menggunakan bahan-bahan alami yang ramah lingkungan. Wardah lebih aktif menyampaikan nilai keberlanjutan melalui kemasan dan kampanye digital. Selain itu, produk dekoratif Wardah mudah ditemukan, terjangkau, dan populer di Bintaro, sehingga relevan untuk diteliti dalam konteks pengetahuan *green product* dan keputusan pembelian remaja. Pemilihan remaja di Bintaro sebagai objek penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa peneliti berdomisili di wilayah tersebut, sehingga lebih mudah dalam menjangkau responden secara langsung. Selain itu, Bintaro merupakan kawasan urban yang memiliki akses tinggi terhadap produk kosmetik, termasuk brand lokal seperti Wardah. Remaja di wilayah ini juga sangat aktif menggunakan media sosial dan mengikuti tren kecantikan, sehingga menjadi kelompok yang relevan untuk diteliti dalam kaitannya dengan pengetahuan tentang *green product* dan keputusan pembelian kosmetik. Namun, tidak dapat di pungkiri bahwa tentunya terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi popularitas

kosmetik merek X, diantaranya adalah persaingan dengan Perusahaan competitor local maupun internasional yang memiliki produk serupa, oleh karena itu, kosmetik merek X memiliki hal-hal yang perlu diperhatikan agar dapat terus berkembang pada industri kosmetik nasional. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Hubungan Pengetahuan *Green Product* Kosmetik X dengan Keputusan Pembelian Konsumen pada Remaja di Bintaro. Berdasarkan survei Katadata Insight Center (30 Juli–1 Agustus 2021), 60,5% konsumen membeli produk ramah lingkungan karena ingin melestarikan bumi, dan 62,9% pernah membeli produk tersebut. Namun, hanya 30,6% responden yang membeli produk kesehatan/kosmetik ramah lingkungan menunjukkan bahwa kesadaran belum sepenuhnya berlanjut ke keputusan pembelian *Green Cosmetics*. (Membeli et al., n.d.).

METODE PENELITIAN

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana tingkat pemahaman dan kesadaran remaja mengenai konsep *green product* dalam industri kosmetik. Ini mencakup pemahaman terhadap arti label "*green*", manfaat produk kosmetik ramah lingkungan, serta faktor-faktor yang membedakan *green product* dari produk kosmetik konvensional. Tingkat pengetahuan ini akan diukur melalui kuesioner yang mencakup aspek definisi, manfaat, dan keberlanjutan *green product*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara pengetahuan tentang *green product* kosmetik (X) dengan keputusan pembelian (Y) pada remaja di Bintaro, Tangerang Selatan. Jenis penelitian ini adalah penelitian korelasional.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di wilayah Bintaro, Tangerang Selatan, yang merupakan kawasan urban dengan populasi remaja yang cukup besar serta memiliki akses luas terhadap produk kosmetik, termasuk kosmetik berlabel *green product*. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Januari sampai Maret 2025, mencakup tahap penyusunan instrumen, penyebaran kuesioner kepada responden, pengumpulan data, hingga analisis hasil.

Metode Penelitian Survei

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian asosiatif korelasional, yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara pengetahuan *green product* kosmetik (variabel X) dengan keputusan pembelian (variabel

Y) pada remaja di Bintaro. Penelitian ini menggunakan desain *cross-sectional*, yaitu data dikumpulkan pada satu titik waktu tertentu untuk mengukur kedua variabel secara simultan. Dengan desain ini, peneliti dapat melihat hubungan antar variabel berdasarkan persepsi atau pengalaman responden saat itu juga, tanpa mengikuti perkembangan dalam jangka waktu panjang. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner tertutup yang disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel. Responden diminta menjawab berdasarkan kondisi aktual masyarakat saat ini. Metode ini dianggap sesuai karena: Efisien dalam waktu dan biaya. Cocok untuk menganalisis hubungan antar variabel dalam populasi besar. Dapat menggambarkan gambaran umum fenomena yang sedang diteliti.

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh remaja di wilayah Bintaro, Tangerang Selatan yang pernah membeli atau menggunakan kosmetik merek X yang berlabel *green product*. Remaja yang dimaksud dalam penelitian ini adalah individu dengan rentang usia 14–24 tahun. Karena data jumlah pengguna kosmetik merek X yang termasuk dalam kategori remaja di Bintaro tidak tersedia secara pasti, maka peneliti menggunakan pendekatan populasi tak terbatas (*infinite population*). Wilayah Bintaro merupakan kawasan urban yang memiliki banyak sekolah dan pusat aktivitas remaja, sehingga populasinya dianggap cukup besar dan beragam. Jumlah populasi berdasarkan wilayah daerah Bintaro, Tangerang Selatan. Menurut data resmi dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Tangerang Selatan, pada pertengahan tahun 2023, jumlah penduduk Kecamatan Pondok Aren tercatat sebanyak 295.812 jiwa (*Pamulang Jadi Kecamatan Dengan Penduduk Terpadat Di Tangsel, 2024*) Kecamatan Pondok Aren terdiri dari 11 kelurahan, dan beberapa di antaranya termasuk dalam kawasan Bintaro Jaya, khususnya sektor 3 hingga 9. Kelurahan-kelurahan tersebut antara lain: Pondok Betung, Pondok Pucung, Pondok Karya, Pondok Jaya, Pondok Aren, Pondok Kacang Barat, Pondok Kacang Timur, Perigi Lama, Perigi Baru, Jurang Manggu Barat dan Jurang Manggu Timur.

Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi remaja di Bintaro yang memenuhi kriteria berikut:

- a. Berusia 14-24 tahun (remaja awal hingga akhir).
- b. Berdomisili di wilayah Bintaro, Tangerang Selatan.
- c. Pernah membeli atau menggunakan kosmetik merek X.

- d. Mengetahui bahwa merek tersebut merupakan *green product* (diketahui melalui pertanyaan filter pada kuesioner).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, karena peneliti ingin menjangkau responden yang benar-benar sesuai dengan kriteria tertentu dan relevan terhadap topik penelitian.

Penentuan jumlah sampel:

Karena jumlah pasti populasi tidak diketahui dan dianggap besar, maka peneliti menggunakan pendekatan populasi tak terbatas (infinite population). Idealnya, untuk uji korelasi dibutuhkan minimal 30 responden, namun untuk uji coba instrumen (validitas dan reliabilitas), jumlah sampel 20 responden dianggap cukup. Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak:

$$n = 100 \text{ responden}$$

Jumlah ini digunakan untuk keperluan uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian. Penentuan ini mempertimbangkan keterbatasan waktu, sumber daya, serta tahapan awal pengujian instrumen sebelum diterapkan pada sampel penelitian utama.

Tahap Pengambilan Sampel, Pengambilan sampel dilakukan melalui beberapa tahapan sistematis agar data yang diperoleh valid dan representatif terhadap karakteristik remaja di Bintaro yang sesuai dengan kriteria:

1. Menyebarkan kuesioner melalui Google Form atau secara langsung kepada remaja di Bintaro.
2. Menyaring responden berdasarkan pertanyaan filter: usia, domisili, dan pengalaman menggunakan kosmetik merek X.
3. Memastikan responden memahami bahwa merek X merupakan produk berlabel *green product*.
4. Mengumpulkan 20 responden pertama yang memenuhi kriteria tersebut untuk keperluan uji coba instrumen.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data yang relevan dengan tujuan dan permasalahan penelitian. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, observasi, dan studi dokumentasi. Teknik ini dipilih untuk menggali informasi mengenai tingkat pengetahuan remaja tentang *green product* kosmetik merek X serta keputusan pembelian masyarakat di wilayah Bintaro, Tangerang Selatan.

Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara langsung maupun tidak langsung tergantung pada kebutuhan dan pendekatan penelitian. Secara langsung, data dikumpulkan melalui interaksi secara fisik antara peneliti dan responden, seperti melalui wawancara tatap muka, observasi langsung, atau penyebaran kuesioner secara manual. Sedangkan secara tidak langsung, data dapat diperoleh melalui media perantara, seperti kuesioner online, survei daring, maupun dari dokumen atau sumber data sekunder yang sudah tersedia.

Dalam konteks penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan secara kombinasi antara langsung dan tidak langsung. Misalnya, kuesioner diberikan secara online untuk menjangkau lebih banyak responden remaja di wilayah Bintaro, Tangerang Selatan, sementara dokumentasi dan observasi dilakukan secara langsung untuk memperkuat data yang diperoleh dari responden. Pendekatan kombinasi ini dipilih agar data yang dikumpulkan bersifat komprehensif, akurat, dan relevan dengan variabel penelitian, yaitu pengetahuan tentang *green product* kosmetik dan keputusan pembelian konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden

Ini melibatkan sebanyak 76 orang responden yang merupakan remaja yang berdomisili di wilayah Bintaro, Tangerang Selatan, dengan rentang usia antara 14 hingga 24 tahun. Berdasarkan hasil data demografis yang diperoleh, sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan sebesar 90%, sedangkan 10% sisanya adalah laki-laki. Responden menyatakan bahwa mereka pernah menggunakan produk kosmetik merek Wardah, khususnya pada kategori kosmetik dekoratif seperti bedak, lipstik, dan foundation. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pengalaman dalam menggunakan kosmetik merek tersebut, sehingga sesuai untuk dijadikan subjek penelitian.

Hasil Uji Instrumen dan Prasyarat Analisis

Uji Realibilitas

Berdasarkan hasil output SPSS, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,882 untuk 20 item pernyataan (P01–P20).

Tabel 1. Kriteria Interpretasi Cronbach's Alpha

Nilai Alpha (α)	Kategori
$\alpha \geq 0,90$	Sangat reliabel
$0,80 \leq \alpha < 0,90$	Reliabel reliabel
$0,70 \leq \alpha < 0,80$	Cukup reliabel
$0,60 \leq \alpha < 0,70$	Kurang reliabel
$\alpha < 0,60$	Tidak reliabel

Nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,882 berada dalam kategori reliabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini memiliki tingkat konsistensi internal yang tinggi. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan dalam kuesioner dapat dipercaya untuk mengukur variabel yang diteliti.

Uji Normalitas

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

Uji	statistik	df	sig.(p)	interpretasi
Kolmogorov- Smirnov	0.088	76	0.200	Data normal
Shapiro-Wilk	0.976	76	0.123	Data normal

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov dan Shapiro Wilk terhadap data total item pernyataan, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,200 dan 0,123. Karena nilai signifikansi keduanya lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi untuk dilakukan uji statistik parametrik.

Uji Linearitas

Berdasarkan hasil uji linearitas menggunakan metode ANOVA, diketahui bahwa sebagian besar hubungan antar variabel independen dan dependen menunjukkan pola hubungan yang linear, dengan nilai signifikansi di atas 0,05. Hanya satu pasangan variabel, yaitu P15 dan P01, yang menunjukkan hasil tidak linear karena memiliki nilai signifikansi sebesar 0,042 ($< 0,05$). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hampir seluruh item dalam penelitian ini memenuhi asumsi linearitas.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara pengetahuan *green product* kosmetik merek X (variabel X) dengan

keputusan pembelian konsumen remaja di Bintaro (variabel Y). Pengujian dilakukan menggunakan analisis korelasi *Pearson Product Moment* dengan bantuan software SPSS versi XX. Adapun hasil pengolahan data dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Korelasi *Pearson Product Moment*

Variable X	Variable Y	r hitung	Sig.(2-tailed)	N
Pengetahuan <i>Green Product</i>	Keputusan Pembelian	0,587	0,000	76

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai r hitung sebesar 0,587 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan r tabel pada taraf signifikansi 5% (0,05) dan derajat kebebasan (df) = $N - 2 = 74$, yaitu sebesar 0,227. Karena: r hitung (0,587) > r tabel (0,227), dan Sig. (0,000) < 0,05,

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian ini sejalan dengan berbagai literatur yang menyatakan bahwa pengetahuan konsumen terhadap aspek lingkungan suatu produk berperan penting dalam membentuk keputusan pembelian. Dalam konteks penelitian ini, remaja yang memiliki tingkat pengetahuan lebih tinggi mengenai konsep *green product* seperti bahan yang aman, kemasan ramah lingkungan, proses produksi yang berkelanjutan, dan label halal/organic akan lebih termotivasi untuk membeli produk kosmetik yang mendukung nilai-nilai tersebut. Merek Wardah sebagai objek penelitian memang dikenal memiliki positioning yang kuat dalam bidang kosmetik halal dan natural. Selain itu, strategi komunikasi brand Wardah yang menekankan pada kesadaran sosial, keindahan alami, serta penggunaan bahan yang aman turut memengaruhi persepsi konsumen remaja, yang saat ini cenderung lebih peduli pada aspek keberlanjutan dan etika konsumen. Dalam penelitian ini, dominasi responden perempuan menjadi faktor penting, karena secara umum perempuan memiliki tingkat keterlibatan yang lebih tinggi dalam aktivitas kosmetik, serta lebih cenderung memperhatikan aspek keamanan dan keberlanjutan produk.

Oleh karena itu, peningkatan pengetahuan mereka terhadap green product secara langsung memperbesar peluang terjadinya keputusan pembelian yang berpihak pada produk yang lebih bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan. Hasil ini juga menunjukkan bahwa perusahaan kosmetik dapat memperoleh keuntungan kompetitif jika mereka mengedukasi konsumen tentang manfaat dan nilai-nilai keberlanjutan yang terkandung dalam produk mereka. Pemasaran yang menekankan edukasi produk,

transparansi bahan, dan kredibilitas klaim ramah lingkungan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperkuat loyalitas mereka terhadap merek.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh pengetahuan *green product* terhadap keputusan pembelian kosmetik merek Wardah pada remaja di Bintaro, Tangerang Selatan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Mayoritas responden adalah remaja perempuan berusia antara 14 hingga 24 tahun yang berdomisili di wilayah Bintaro. Seluruh responden memiliki pengalaman menggunakan kosmetik dekoratif merek Wardah seperti bedak, foundation, dan lipstik. Ini menunjukkan bahwa mereka merupakan konsumen aktif dan memiliki wawasan terhadap produk yang diteliti.
2. Instrumen penelitian terbukti reliabel dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,882, yang berada dalam kategori tinggi. Ini menunjukkan bahwa item-item pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel dengan konsisten dan dapat dipercaya.
3. Data berdistribusi normal dan sebagian besar hubungan antar variabel memenuhi asumsi linearitas, sehingga teknik analisis statistik parametrik, seperti korelasi Pearson, dapat digunakan secara tepat.
4. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara pengetahuan *green product* dengan keputusan pembelian ($r = 0,587$; $\text{sig.} = 0,000$). Artinya, semakin tinggi pengetahuan remaja mengenai produk ramah lingkungan, maka semakin besar kemungkinan mereka untuk melakukan pembelian produk tersebut.

Dengan demikian, pengetahuan konsumen remaja mengenai konsep *green product* berperan cukup penting dalam mempengaruhi perilaku pembelian mereka terhadap produk kosmetik, khususnya pada merek yang mengusung nilai keberlanjutan seperti Wardah.

DAFTAR PUSTAKA

- Artikanabila, C., Diana, S., Dewi, R., Teknik Kimia, J., Negeri Lhokseumawe, P., & Lhokseumawe, K. (2023). Ekstraksi Kurkumin Dari Rimpang Kunyit (*Curcuma Longa*) Sebagai Pewarna Alami Pada Komestik Blush On Menggunakan Pelarut Ethanol. 1(2).
- athifahch. (2022). Lebih Ramah Lingkungan, Sensatia Botanicals .
<https://editorial.femaledaily.com/blog/2022/08/23/sensatia-botanicals-kemasan-isi-ulang?utm>
- Cahyanti Putri, E., Veranita, W., Ajeng Listyani, T., Studi, P. S., Ilmu Kesehatan, F., Duta Bangsa Surakarta, U., Pinang No, J., Grogol, K., Sukoharjo, K., & Tengah, J. (n.d.). PENGARUH KONSENTRASI VITAMIN E SEBAGAI PENGAWET TERHADAP KARAKTERISTIK DAN STABILITAS FORMULASI SEDIAAN LIP BALM DARI EKSTRAK ETANOL DAUN BINAHONG (*Anredera cordifolia*).
- Fresh Nude Foundation. (n.d.). Retrieved May 8, 2025, from <https://www.thebodyshop.com/products/fresh-nude-foundation?utm>
- Ginting, H. A., Masyithah, Z., Herawan, T., & Silaen, D. S. (2017). OPTIMASI SINTESIS BIOSURFAKTAN KARBOHIDRAT ESTER DARI ASAM PALMITAT DAN FRUKTOSA MENGGUNAKAN ENZIM LIPASE TERIMOBILISASI SYNTHESIS OPTIMATION OF BIOSURFACTANT CARBOHYDRATE ESTERS FROM PALMITIC ACID AND FRUCTOSE BY USING LIPASE ENZYME IMMOBILIZED. In *Jurnal Teknik Kimia USU* (Vol. 6, Issue 2).
- Kemasan Ramah Lingkungan: (n.d.). Retrieved May 8, 2025, from <https://lyfewithless.com/product/wardahbeauty/?utm>
- Kotler, M., & Keller, D. (n.d.). BAB II KAJIAN PUSTAKA 2.1. Landasan Teori 2.1.1. Perilaku Konsumen.
- Kusumaningrum, M., Jurusan Teknik Kimia, H., Teknik, F., & Wahid Hasyim Jl Menoreh Tengah, U. X. (n.d.). EKSTRAKSI ANTIOKSIDAN PADA LIDAH BUAYA (*Aloe vera*) BERBANTU GELOMBANG MIKRO. 3(2), 27–30.
- Maharani. (2022). The Body Shop Fresh Nude Foundation. <https://lippielust.com/2022/07/10/review-the-body-shop-fresh-nude-foundation/?utm>
- Membeli, A., Berkelanjutan, P., Ramah, /, & Sumber, L. (n.d.). 5 Alasan Konsumen Belanja Produk Ramah Lingkungan.
- Nabila Mecadinisa. (2023). Sensatia Botanicals Luncurkan Produk Perawatan Kulit Alami untuk Anak. <https://www.fimela.com/beauty/read/5235847/sensatia-botanicals-luncurkan-produk-perawatan-kulit-alami-untuk-anak?utm>
- Pamulang Jadi Kecamatan dengan Penduduk Terpadat di Tangsel. (2024). <https://wartaindonesia.id/pamulang-jadi-kecamatan-dengan-penduduk-terpadat-di-tangsel/?utm>
- Sugiyono - Kualitatif, Kuantitatif, R&D (2019) . (n.d.).
- Szymanska, I., Zbikowska, A., & Onacik-Gür, S. (2024). New Insight into Food-Grade Emulsions:

- Candelilla Wax-Based Oleogels as an Internal Phase of Novel Vegan Creams. *Foods*, 13(5).
<https://doi.org/10.3390/foods13050729>
- "5 Fakta Upaya Sustainability Emina, Kumpulkan Sampah Kosmetik buat Didaur Ulang"
Kumparan Woman (20 oktober 2022)
<https://kumparan.com/kumparanwoman/5-fakta-upaya-sustainabilityemina-kumpulkan-sampah-kosmetik-buat-didaur-ulang-1z58MgS3LTz/2>
- Dr. Rizal Fadli (24 November 2023) "Tahapan perkembangan remaja usia" Halodo
<https://www.halodoc.com/artikel/tahapan-perkembangan-remajausia-10-18-tahun-yang-perlu-diketahui>
- "Wardah Serukan Aksi Peduli Lingkungan" (November 29, 2021)
<https://www.wardahbeauty.com/en/news/wardah-serukan-aksi-pedulilingkungan>
- "Yuk, Intip Skincare Natural Wardah dengan Kandungan Terbaiknya" (July 27, 2021)
<https://www.wardahbeauty.com/id/news/yuk-intip-skincarenatural-wardah-dengan-kandungan-terbaiknya>
- DIVA ANGELIA (18 September 2022) "7 Merek Kosmetik Lokal Paling Banyak Digunakan di Indonesia 2022" <https://goodstats.id/article/7-merekkosmetik-lokal-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-2022-36qU3>
- "Perbedaan Wardah Exclusive dan Instaperfect" JCINEMA (01 Februari 2024)
<https://jcinema2018.id/perbedaan-wardah-exclusive-daninstaperfect/>
- Prila Noor Adhilla, Dhiana Ekowati, Winanto Nawarcono, Wendri Sukmarani "Pengaruh Bpom, Logo Halal, dan Logo Green Dot pada Kemasan Kosmetik Wardah Terhadap Keputusan Pembelian" (16 Agustus 2023) <https://ejournal.jak-stik.ac.id/index.php/sentik/article/view/3440>
- "Wardah, Martha Tilaar Group dan PT AVO Innovation Technology Sebagai Pelopor Cruelty-Free di Industri Kecantikan Indonesia" (29 desember 2023) <https://itpcmilan.it/id/wardah-martha-tilaar-group-dan-pt-avo-innovationtechnology-sebagai-pelopor-cruelty-free-di-industri-kecantikan-indonesia/>
- Wardah Lightening Liquid Foundation. (n.d.). Retrieved May 8, 2025, from <https://www.wardahbeauty.com/id/product/make-up/wardah-lightening-liquid-foundation?utm>
- Widyasanti, A., Septianur, A. S., & Rosalinda, S. (2019). Pembuatan Sabun Cair dengan Menggunakan Bahan Baku Minyak Jarak (Castor Oil) dengan Variasi Konsentrasi Infused Oil Teh Putih (*Camellia sinensis*). *Jurnal Teknologi Dan Industri Pertanian Indonesia*, 11(1), 11–18.
<https://doi.org/10.17969/jtipi.v11i1.12970>.