

Faktor Motivasi, Preferensi Pembelian, dan Kecenderungan Kesadaran Lingkungan & Kesehatan Terhadap Minat Pembelian Green Cosmetics (Studi Terhadap Konsumen Laki-laki di Indonesia) = Motivational factors, purchasing preferences, and the Tendency of Environmental & Health Awareness to Purchase Intention of Green Cosmetics (Study of male consumers in Indonesia)

Endang Pratiwi Kurniawan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20522954&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor motivasi, preferensi pembelian, dan kecenderungan kesadaran kesehatan oleh konsumen laki-laki terhadap minat pembelian green cosmetics di Indonesia. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan sumber data primer yang diperoleh melalui survey dengan membagikan kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teori sampel Hair et.al yang berpendapat bahwa ukuran sampel sebaiknya harus 100 atau lebih besar. Dimana dalam penelitian ini terdapat 22 item pertanyaan, maka ukuran sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini minimal sejumlah $22 \times 10 = 220$ sampel. Subjek penelitian ini adalah konsumen laki-laki yang berminat membeli produk green cosmetics di Indonesia. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi pembelian, preferensi pembelian, dan kecenderungan kesadaran kesehatan konsumen laki-laki berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian produk green cosmetics di Indonesia. Selain itu, uji simultan juga menunjukkan keseluruhan variabel independen memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap minat pembelian produk green cosmetics di Indonesia. Sedangkan pada uji koefisien determinasi, didapatkan nilai sebesar 0.263 atau 26.3% yang membuktikan bahwa pengaruh motivasi pembelian, preferensi pembelian, dan kecenderungan kesadaran kesehatan sebesar 26.3% sedangkan sisanya sebanyak 73.7% variansi minat pembelian dipengaruhi faktor lain diluar variabel independen dalam penelitian ini.

.....This study aims to determine the factors of motivation, purchase preferences, and the tendency of health awareness by male consumers towards the interest in buying green cosmetics in Indonesia. This study is a quantitative research with primary data sources obtained through surveys by distributing questionnaires. Sampling technique used in this study is to use the theory of hair samples et.al which argues that the sample size should preferably be 100 or larger. Where in this study there are 22 question items, the sample size required in this study is at least $22 \times 10 = 220$ samples. The subjects of this study are male consumers who are interested in buying green cosmetics products in Indonesia. The results of this study showed that the motivation of purchases, purchase preferences, and health awareness trends of male consumers significantly affect the interest in purchasing green cosmetics products in Indonesia. In addition, the simultaneous test also showed that the entire independent variables have a mutual influence on the interest in purchasing green cosmetics products in Indonesia. While in the determination coefficient test, obtained a value of 0.263 or 26.3% which proves that the influence of purchase motivation, purchase preferences, and health awareness tendency of 26.3% while the remaining 73.7% variance of purchase interest is influenced by other factors outside the independent variables in this study.