

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produk Kosmetik Rose All Day .....	2
Gambar 1. 2 Produk Kosmetik SASC.....	3
Gambar 1. 3 Produk Kosmetik Skin Dewi.....	3
Gambar 1. 4 Produk Kosmetik Sensatia Botanicals.....	4
Gambar 1. 5 Alasan Membeli Produk Berkelanjutan atau Ramah Lingkungan .....	6
Gambar 1. 6 Produk <i>Sustainable</i> /Ramah Lingkungan Yang Sering Dibeli.....	7
Gambar 1. 7 Simbol Pada Kemasan Produk Kosmetik.....	8
Gambar 1. 8 Merek Kosmetik Yang Mengusung Konsep <i>Sustainable</i> .....	9
Gambar 1. 9 Pendapatan Industri Kosmetik Natural di Indonesia 2019-2028 .....	11
Gambar 1. 10 Bentuk Kepedulian Konsumen Pada Lingkungan .....	13
Gambar 1. 11 Ketertarikan Anak Muda Terkait Isu Lingkungan Hidup .....	14
Gambar 2. 1 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB) .....	25
Gambar 2. 2 Kerangka Penelitian .....	50
Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian .....	59
Gambar 3. 2 Hasil Perhitungan Sampel Menggunakan Software G Power.....	61
Gambar 3. 3 Kriteria Interpretasi Skor dalam Garis Kontinum .....	69
Gambar 3. 4 Model Penelitian Tanpa Variabel Mediasi.....	73
Gambar 3. 5 Model Penelitian dengan Variabel Mediasi .....	74
Gambar 4. 1 Karakteristik Jenis Kelamin .....	79
Gambar 4. 2 Karakteristik Usia.....	80
Gambar 4. 3 Karakteristik Pendidikan .....	81
Gambar 4. 4 Karakteristik Pekerjaan .....	82
Gambar 4. 5 Karakteristik Penghasilan.....	83
Gambar 4. 6 Karakteristik Produk Kosmetik Hijau .....	84
Gambar 4. 7 Karakteristik Domisili Responden .....	85
Gambar 4. 8 Garis Kontinum Variabel <i>Environmental Concern</i> (X1) .....	90
Gambar 4. 9 Garis Kontinum Variabel <i>Attitude</i> (X2) .....	94
Gambar 4. 10 Garis Kontinum Variabel <i>Subjective Norm</i> (X3) .....	97
Gambar 4. 11 Garis Kontinum Variabel <i>Perceived Behavior Control</i> (X4) .....	100
Gambar 4. 12 Garis Kontinum Variabel <i>Green Purchase Intention</i> (Y) .....	104

Gambar 4. 13 <i>Path Diagram Outer Model</i> .....	106
Gambar 4. 14 <i>Path Diagram Inner Model</i> .....	111