PENGARUH *VEGAN LABELING* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK KOSMETIK ESQA PADA KONSUMEN GEN Z DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Administrasi Niaga

Disusun Oleh:
AQILA SHAFA ZATALINI
1122200062

PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2026

PENGARUH *VEGAN LABELING* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK KOSMETIK ESQA PADA KONSUMEN GEN Z DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Administrasi Niaga

Disusun Oleh:
AQILA SHAFA ZATALINI
1122200062

PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2026

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Aqila Shafa Zatalini
NBI : 1122200062
Judul : Pengaruh *Vegan labeling* dan *Brand image* Terhadap *Purchase intention* Produk Kosmetik Esqa Pada Konsumen Gen Z di Surabaya.

Surabaya, 03 Juni 2026

Mengetahui
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Prof. Dr. V. Rudy Handoko, M.S
NPP.20110.86.0062

Disetujui Oleh,
Dosen Pembimbing I

Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP.20120870103

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahakankan di depan dewan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Administrasi Niaga pada 03 Juni 2026

Dewan Penguji

1. **Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P** ( )
   Ketua
2. **Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M.** ( )
   Anggota
3. **Dra. Diana Juni Mulyati, M.M.** ( )
   Anggota

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Prof. Dr. Ir. Rudy Handoko, M.S
NPP.20110.86.0062

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Nama	: Aqila Shafa Zatalini
NBI	1122200062
Program Studi	: Administrasi Bisnis
Judul Skripsi	: Pengaruh *Vegan labeling* dan *Brand image* Terhadap *Purchase intention* Produk Kosmetik Esqa Pada Konsumen Gen Z di Surabaya.

Menyatakan :

1. Bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip, ataumenulissebagiandarikaryailmiahorang lain tersebut, saya akan mencantumkan sumber dan mencantumkan daftar pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 25 Mei 2026

Yang Membuat Pernyataan



Aqila Shafa Zatalini

UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. Semolowaru 45 Surabaya
Tlp. 031 593 1800 (Ext. 311)
Email : perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: Aqila Shafa Zatalini
NBI/NPM	1122200062
Fakultas	: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program	: Administrasi Bisnis
Jenis Karya	: Skripsi ~~/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Praktek~~

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya ***Hak Bebas Royalti Nonekslusif*** (***Nonoxclusive Royalty-Free Right***), atas karya saya yang berjudul:

"PENGARUH *VEGAN LABELING* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK KOSMETIK ESQA PADA KONSUMEN GEN Z DI SURABAYA."

Dengan **Hak Bebas Royalti Nonekslusif** (***Nonoxclusive Royalty-Free Right***), Badan perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di	: Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal	: 4 Juni 2026



(Aqila Shafa Zatalini)

**Coret yang tidak perlu*

vi

MOTTO

"Skripsi ini bukan sekadar rangkaian teori, melainkan perjalanan panjang yang ditempuh dengan kesabaran dan ketekunan. Setiap prosesnya menghadirkan pelajaran yang tak ternilai."

"Di antara teori dan data, ada ketenangan yang ditempa oleh waktu. Karya ini tumbuh dari keberanian untuk tetap berdiri saat lelah."

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur, saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan kekuatan, kesabaran, dan kemudahan dalam setiap langkah saya.
2. Kedua orang tua tercinta, terima kasih yang tak terhingga atas cinta tulus, doa yang tak pernah putus, serta setiap pengorbanan yang telah tercurah demi masa depan penulis. Dalam setiap langkah perjuangan dan rasa lelah, doa kalianlah yang menjadi kekuatan utama untuk terus maju. Segala yang penulis capai hari ini takkan lepas dari kasih sayang yang selalu mendekap dan nasihat yang selalu menuntun arah. Keberhasilan ini adalah bentuk bakti penulis dan milik kita bersama. Terima kasih karena telah percaya, mendukung, dan mencintai dengan cara yang tidak akan pernah tergantikan.
3. Segenap keluarga besar, apresiasi dan terima kasih penulis sampaikan atas doa serta dukungan yang tulus. Kebersamaan dan dorongan positif dari keluarga merupakan faktor penting yang membantu penulis melewati setiap tantangan selama masa perkuliahan.
4. Saudara kandung penulis, Naufal Daffa Adyatma, terima kasih telah menjadi warna paling indah dan tulus dalam hidup penulis. Kehadiranmu adalah pengingat bagi penulis untuk selalu bersyukur dan tetap berjuang dengan hati. Terima kasih atas setiap senyuman dan kasih sayang murni yang selalu menjadi kekuatan tersendiri bagi penulis dalam menyelesaikan studi ini.
5. Saudari Eva Septilia, apresiasi terdalam penulis sampaikan atas segala dukungan dan semangat yang tak pernah luntur. Terima kasih telah menjadi saksi bisu setiap perjuangan, lelah, dan doa, serta setia mendampingi langkah penulis hingga akhirnya perjalanan akademik ini tuntas dengan indah.
6. Saudari Regina Ayu Prasanthi, terima kasih atas dukungan moral dan kerja sama tim yang solid selama masa studi, yang membuat perjalanan ini terasa lebih ringan dan bermakna.
7. Saudari Sabitha Ligar Suherman, terima kasih telah menjadi teman tumbuh dan berjuang sejak awal masa perkuliahan. Terima kasih atas doa, tawa, dan waktu yang telah kita lalui bersama dalam suka maupun duka di lingkungan Administrasi Bisnis Untag Surabaya. Kamu bukan sekadar teman kuliah, melainkan bagian dari keluarga yang selalu ada di setiap langkah perjuangan penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Terima kasih telah bertahan dan berjuang bersama hingga akhir.

8. Saudari Karina Cahyarani Sugiharto, sosok yang jauh melampaui sekadar sebutan sahabat dan telah penulis anggap sebagai saudara kandung sendiri. Terima kasih telah menjadi pelabuhan paling tenang di tengah badai pengerjaan skripsi yang penuh tekanan. Kamu adalah orang yang tetap berdiri di samping penulis, tidak hanya saat tawa keberhasilan, tetapi juga saat penulis berada di titik terendah, penuh lelah, dan hampir menyerah. Terima kasih atas ketulusan yang luar biasa, telinga yang selalu siap mendengar keluh kesah, serta semangat yang tak pernah habis kamu berikan. Skripsi ini adalah saksi bisu betapa berartinya kehadiranmu dalam perjalanan hidup dan perjuangan akademik penulis.
9. Sahabat-sahabat tersayang di luar dunia akademik, Tri Nurcahyati, Aulia Salma Nabila, dan Dewi Khadijah. Terima kasih telah menjadi rumah paling hangat untuk berpulang dari segala kepenatan dunia perkuliahan. Terima kasih karena telah menjadi pendengar paling setia yang tidak pernah bosan mendengarkan keluh kesah, tangis, hingga kekhawatiran penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Kalian adalah orang-orang yang selalu hadir memberikan semangat tanpa syarat, yang menarik penulis kembali saat ingin menyerah, dan yang meyakinkan penulis bahwa hari esok akan lebih baik. Persahabatan kalian adalah energi yang luar biasa bagi penulis hingga akhirnya langkah ini sampai pada titik tuntas.
10. Saudara Prakida Adi Berka, Mochammad Hendy Dwi Permana, Anang Jauhari Ma'ruf, dan Yuda Dwi Harianto, terima kasih telah menjadi saksi perjalanan akademik penulis yang penuh warna. Terima kasih atas pertemanan yang tulus, wejangan yang menguatkan, dan kebersamaan yang membuat pengerjaan skripsi ini terasa jauh lebih ringan. Kalian bukan sekadar teman kuliah, melainkan keluarga yang selalu siap memberikan semangat di setiap langkah penulis. Capaian ini adalah bukti nyata dari persaudaraan kita yang selalu saling menguatkan hingga titik akhir.
11. Saudara Aditya Aufa Rahman, terima kasih telah menjadi *partner* berbagi, pemberi solusi, dan sosok yang menghadapi segala dinamika emosi penulis selama mengerjakan skripsi. Terima kasih telah menyisihkan waktu, tenaga, dan perhatianmu hanya untuk memastikan penulis tetap semangat melangkah maju. Skripsi ini adalah bukti nyata betapa berartinya dukunganmu dalam hidup penulis. Terima kasih telah menemani setiap proses dari awal hingga akhir dengan penuh kasih sayang.
12. Anabul Kesayangan, Marco, saksi sejarah yang telah menemani setiap fase hidup penulis sejak masa putih abu-abu. Terima kasih telah menjadi teman setia yang selalu menunggu dan mendampingi penulis terjaga hingga dini

hari demi menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas sentuhan lembut telapak tanganmu dan segala tingkah yang menggemaskan, yang selalu mampu menghapus penat setelah bimbingan yang panjang. Capaian ini adalah bagian dari indahnya persahabatan kita yang telah terjalin selama bertahun-tahun.

13. *First of all, I want to thank me for believing in me. To my dearest self, thank you for being so brave and never giving up.* Terima kasih karena telah memilih untuk tetap bertahan, tetap melangkah, dan menolak untuk menyerah di saat beban perkuliahan serta tekanan skripsi ini terasa begitu menghimpit. Terima kasih telah memeluk erat setiap lelah, menelan setiap kecewa, dan tetap bangkit meski berkali-kali perasaan ingin berhenti itu datang menghampiri. Kamu adalah pahlawan bagi dirimu sendiri yang tetap terjaga di saat tubuh sudah meminta istirahat, yang tetap mencoba fokus di saat pikiran sudah terlalu penuh, dan yang tetap percaya pada kemampuanmu sendiri meskipun dunia kadang meragukanmu. Capaian ini adalah bukti nyata bahwa dirimu jauh lebih kuat, lebih tangguh, dan lebih hebat dari apa yang pernah kamu bayangkan. *I am so proud of every single step you took to get here.*

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih memiliki banyak keterbatasan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan segala bentuk kritik maupun saran yang membangun guna penyempurnaan karya ini di masa yang akan datang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi positif, manfaat nyata, serta menjadi referensi yang berharga bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan penelitian selanjutnya.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Vegan labeling* dan *Brand image* terhadap *Purchase intention* produk kosmetik ESQA pada konsumen Gen Z di Surabaya. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal, di mana data dikumpulkan dari 96 responden melalui penyebaran kuesioner online menggunakan media *Google Form* dengan teknik *non-probability sampling*. Analisis data dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 26 menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis parsial (uji t), uji simultan (uji F), serta uji koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Vegan labeling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase intention* dengan nilai t hitung sebesar 2,740 dan nilai signifikansi 0,007, yang membuktikan bahwa kejelasan sertifikasi etis mampu mendorong minat beli konsumen. Variabel *Brand image* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase intention* dengan nilai t hitung sebesar 5,650 dan nilai signifikansi 0,000, yang mengindikasikan bahwa citra positif merek memiliki peran yang sangat krusial dalam benak konsumen muda. Temuan ini menegaskan bahwa *Brand image* memiliki kontribusi yang lebih dominan dalam mendorong minat beli konsumen dibandingkan dengan variabel *Vegan labeling*. Secara simultan melalui uji F, kedua variabel independen tersebut terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen. Oleh karena itu, direkomendasikan bagi pelaku bisnis kosmetik ESQA untuk terus memperkuat citra merek kecantikan mereka di mata konsumen muda, serta mengoptimalkan penyampaian informasi pelabelan produk yang kredibel. Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi pelaku usaha dalam meningkatkan efektivitas strategi pemasaran hijau (*green marketing*) guna mendongkrak motivasi minat beli Generasi Z di wilayah perkotaan dengan memanfaatkan kekuatan *Brand image* dan label produk etis sebagai alat utama memengaruhi preferensi konsumen.

Kata Kunci : *Vegan labeling, Brand image, Purchase intention*

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Vegan labeling and Brand image on the Purchase intention of ESQA cosmetic products among Generation Z consumers in Surabaya. The research method used is quantitative with a causal associative approach, where data were collected from 96 respondents through the distribution of online questionnaires via Google Forms using a non-probability sampling technique. Data analysis was performed using SPSS version 26 software, encompassing classical assumption tests, multiple linear regression analysis, partial hypothesis testing (t-test), simultaneous testing (F-test), and the coefficient of determination test (R^2). The results indicate that Vegan labeling has a positive and significant effect on Purchase intention, with a t value of 2.740 and a significance value of 0.007, proving that clear ethical certification can stimulate consumer purchase intention. The Brand image variable also exerts a positive and significant effect on Purchase intention, with a t value of 5.650 and a significance value of 0.000, indicating that a positive brand image plays a crucial role in the minds of young consumers. These findings confirm that Brand image has a more dominant contribution to driving consumer purchase intention compared to the Vegan labeling variable. Simultaneously through the F-test, both independent variables are proven to have a significant effect on consumer purchase intention. Therefore, it is recommended that ESQA cosmetics business practitioners continuously strengthen their beauty brand image among young consumers and optimize the delivery of credible product labeling information. This study provides important insights for business actors in enhancing the effectiveness of green marketing strategies to boost Generation Z's purchase intention in urban areas by leveraging the power of Brand image and ethical product labels as primary tools to influence consumer preferences.

Keywords : *Vegan labeling, Brand image, Purchase intention*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, nikmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul **"Pengaruh *Vegan labeling* Dan *Brand image* Terhadap *Purchase intention* Produk Kosmetik Esqa Pada Konsumen Gen Z Di Surabaya"** serta dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tidak mungkin penulis dapat menyelesaikannya tanpa dukungan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis persembahkan karya ini kepada:

1. Allah SWT, atas segala rahmat, petunjuk, serta kekuatan yang senantiasa menyertai setiap langkah kehidupan penulis.
2. Yth. Bapak Dr. Harjo Seputro, S.T., M.T. Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Bapak Prof. Doktor V. Rudy Handoko, M.S., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan arahan dan fasilitas dalam proses akademik penulis.
4. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M., selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas arahan serta bimbingan yang sangat berharga selama masa perkuliahan saya.
5. Yth. Bapak Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.Si. Selaku dosen wali penulis.
6. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P., selaku Dosen Pembimbing I, dan Ibu Dr. Awin Mulyati, M.M. , selaku Dosen Pembimbing II, terima kasih yang mendalam atas kesabaran serta limpahan ilmu dan arahan yang telah diberikan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan optimal.
7. Segenap jajaran dosen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas dedikasi ilmu dan wawasan berharga yang telah diberikan selama masa studi penulis.
8. Seluruh jajaran staf di lingkungan FISIP atas kesediaan waktu dan bantuannya dalam memfasilitasi urusan administrasi perkuliahan penulis, sehingga seluruh proses akademik dapat berjalan dengan lancar.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi positif, manfaat nyata, serta menjadi referensi yang berharga bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan penelitian selanjutnya.

Surabaya,25 Mei 2026



(Aqila Shafa Zatalini)

DAFTAR ISI

COVER LUAR ..... **i**
COVER DALAM ..... **ii**
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI ..... **iii**
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI ..... **iv**
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN ..... **v**
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI ..... **vi**
MOTTO ..... **vii**
PERSEMBAHAN ..... **viii**
ABSTRAK ..... **xi**
ABSTRACT ..... **xii**
KATA PENGANTAR ..... **xiii**
DAFTAR ISI ..... **xiv**
DAFTAR GAMBAR ..... **xvi**
DAFTAR TABEL ..... **xvii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xviii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 13
1.3 Tujuan Penelitian 13
1.4 Manfaat Penelitian 13
1.4.1 Manfaat Teoritis 13
1.4.2 Manfaat Praktis 14
1.5 Sistematika Penulisan 14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **17**
2.1 Penelitian Terdahulu 17
2.2 Landasan Teori 37
2.2.1 *Green Marketing* (Pemasaran Hijau) 38
2.2.2 *Green Product* (Produk Hijau) 41
2.2.3 *Vegan labeling* (Pelabelan *Vegan*) 45
2.2.4 *Brand* (Merek) 48
2.2.5 *Brand image* (Citra Merek) 50
2.2.6 *Consumer Behavior* (Perilaku Konsumen) 52
2.2.7 *Purchase intention* (Minat Beli) 58
2.3 Definisi Konsep dan Definisi Operasional 60
2.3.1 Definisi Konsep 60
2.3.2 Definisi Operasional 61
2.4 Pola Hubungan Antar Variabel 63
2.4.1 Pengaruh Variabel *Vegan Labelling* Terhadap Variabel *Purchase intention* 63
2.4.2 Pengaruh Variabel *Brand image* Terhadap Variabel *Purchase intention* 64

2.4.3 Pengaruh Variabel *Vegan Labeling* dan *Brand image* Terhadap *Purchase Intention* 65
2.5 Kerangka Berpikir 66
2.6 Hipotesis 66
BAB III METODE PENELITIAN 69
3.1 Rencana Penelitian 69
3.2 Populasi dan Sampel 69
3.2.1 Populasi 69
3.2.2 Sampel 70
3.3 Skala Pengukuran dan Instrument Penelitian 71
3.3.1 Skala Pengukuran 71
3.3.2 Instrumen Penelitian 72
3.4 Jenis dan Sumber Data 74
3.4.1 Jenis Data 74
3.4.2 Sumber Data 74
3.5 Teknik Pengumpulan Data 75
3.6 Teknik Analisis Data 75
3.6.1 Uji Asumsi Klasik 76
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda 77
3.6.3 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t) 78
3.6.4 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F) 78
3.6.5 Koefisiensi Determinasi (R2) 79
BAB IV PENYAJIAN, ANALISA, DAN MANFAAT 81
4.1 Penyajian Data 81
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian 81
4.1.2 Karakteristik Responden 83
4.1.3 Uji Instrumen 86
4.2 Tabulasi Data 88
4.2.1 Tabulasi Data Setiap Variabel 88
4.2.2 Analisis Rata-Rata Tabulasi Setiap Variabel 98
4.3 Analisis Data dan Uji Hipotesis 102
4.3.1 Uji Asumsi Klasik 102
4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda 107
4.3.3 Uji t (Parsial) 108
4.3.4 Uji F (Simultan) 111
4.3.5 Koefisiensi Determinasi (R2) 112
4.4 Pembahasan 113
4.4.1 Pengaruh *Vegan Labeling* Terhadap *Purchase intention* 113
4.4.2 Pengaruh *Brand image* Terhadap P*urchase intention* 114
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI 117
5.1 Kesimpulan 117
5.2 Rekomendasi 119
DAFTAR PUSTAKA 123
LAMPIRAN 127

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan Industri Kosmetik Indonesia 2020-2025 2
Gambar 1.2 Vegan Cosmetics market: K*ey numbers and most important trends in* 2022 4
Gambar 1.3 Kriteria Label Animal Test-Free dan Vegan menurut PETA..... 5
Gambar 1.4 *Vegan and Cruelty-free Cosmetics Labeling*..... 6
Gamabar 1.5 PETA'S *ultimate esqa cosmetics*..... 7
Gambar 1.6 *Influencer Marketing* Pada Akun Tiktok *LouisscarlettFamil*y dan *Mauveine*..... 9
Gambar 1.7 Perbandingan Kesadaran dan Pembeliam Produk Berkelanjutan Generasi Z 12
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir..... 66
Gambar 4.1 Logo Kosmetik ESQA..... 81
Gambar 4.2 Produk Kosmetik ESQA..... 82
Gambar 4.3 Uji Normalitas Data Model P-PLOT..... 105
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastistas..... 107

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kesenjangan Kesadaran dan Perilaku Pembeluan Produk Berkelanjutan Pada Generasi Z....11
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu....17
Tabel 2.2 Definisi Konsep dan Operasional....62
Tabel 3.1 Skala Likert....72
Tabel 3.2 Interval Range....72
Tabel 3.3 Kriteria Validitas Instrumen....73
Tabel 3.4 Kriteria Pengujian Reabilitas....74
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin....84
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia....84
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan....85
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan....85
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengetahuan Label Vegan....86
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi Produk....86
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas....87
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas....88
Tabel 4.9 Tabulasi Data Variabel *Vegan Labeling* (X1)....89
Tabel 4.10 Tabulasi Data Variabel *Brand Image* (X2)....92
Tabel 4.11 Tabulasi Data Variabel *Purchase Intention* (Y)....95
Tabel 4.12 Indikator *Vegan Labelling* (X1)....98
Tabel 4.13 Indikator *Brand Image* (X2)....100
Tabel 4.14 Indikator *Purchase intention* (Y)....101
Tabel 4.15 Uji Linieritas Variabel *Vegan labeling* (X1)....102
Tabel 4.16 Uji Linieritas Variabel *Brand Image* (X2)....103
Tabel 4.17 Uji Normalitas....104
Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinearitas....105
Tabel 4.19 Hasil Regresi Linier Berganda....107
Tabel 4.20 Hasil Uji t (Parsial)....109
Tabel 4.21 Uji F (Simultan)....111
Tabel 4.22 Koefisiensi Determinasi (R2)....112

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....127
Lmapiran 2 Uji Instrumen Data.....131
Lampiran 3 Uji Asumsi Klasik.....134
Lampiran 4 Uji Regresi Linier Berganda.....136
Lampiran 5 Uji Signifikan.....136
Lampiran 6 Dokumentasi Penelitian.....137
Lmapiran 7 Kartu Bimbingan Skripsi.....138
Lampiran 8 Hasil Turnitin.....140
Lampiran 9 Lembaran Skripsi.....141