

**Faktor-Faktor Penentu Keputusan Mengikuti *Sustainable Event* Rumah
Atsiri Indonesia**

Skripsi

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan mencapai Derajat Sarjana
Manajemen (S1)**

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Fareniolita Ratna Rahadi

NPM: 220326831

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2026

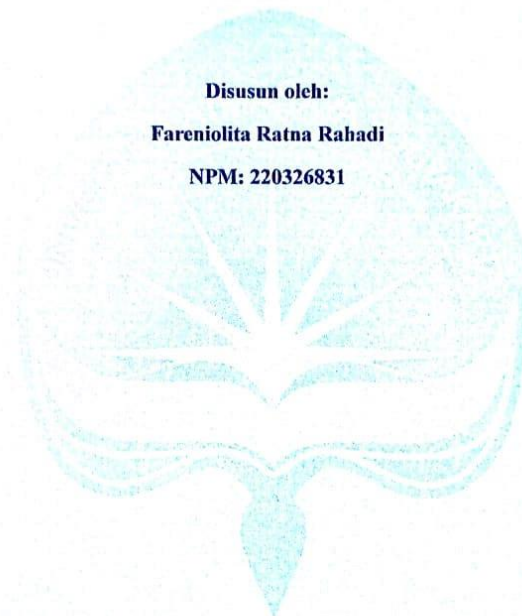
SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN MENGIKUTI
SUSTAINABLE EVENT RUMAH ATSIRI INDONESIA**

Disusun oleh:

Fareniolita Ratna Rahadi

NPM: 220326831



Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, belonging to Vonezyo Yupanzara Dharomesz, S.E., M.B.A.

Vonezyo Yupanzara Dharomesz, S.E., M.B.A.

15 Juni 2026

SKRIPSI
FAKTOR-FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN MENGIKUTI
***SUSTAINABLE EVENT* RUMAH ATSIRI INDONESIA**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:
Fareniolita Ratna Rahadi
NPM: 220326831

Telah dipertahankan didepan Panitia Penguji pada tanggal 2 Juli 2026 dan dinyatakan
telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai
gelar Sarjana Manajemen (S1)

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



Api Adyantari, S.A., M.B.A.

Anggota Panitia Penguji



Raden Agoeng Bhimasta, S.Kom., MM.



Vonezyo Yupanzara Dharomesz, S.E., M.B.A.

Yogyakarta, 16 Juli 2026

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA


Wenefrida Mahestu Novianandra Krisjanti, S.E., M.Sc., Ph.D.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Faktor-Faktor Penentu Keputusan Mengikuti *Sustainable Event* Rumah Atsiri Indonesia

Merupakan hasil karya yang ditulis oleh saya sendiri baik pernyataan, ide, kutipan langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain akan dinyatakan secara tertulis dalam skripsi penelitian ini pada daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi baik sebagian maupun keseluruhan dalam skripsi ini maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan saya akan mengembalikan pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 23 Juni 2026

yang menyatakan,



Farenjolita Ratna Rahadi

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul: “**Faktor-Faktor Penentu Keputusan Mengikuti *Sustainable Event* Rumah Atsiri Indonesia**” disusun dengan tujuan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) Manajemen di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah menjadi jawaban atas segala kesusahan dan kebingungan dalam kondisi apa pun, serta memberikan pelajaran yang sangat berharga bagi penulis untuk tidak putus asa dalam mengerjakan skripsi ini.
2. Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan tempat kepada penulis untuk berproses serta dapat berdinamika dalam menempuh Pendidikan Sarjana Manajemen.
3. Bapak Vonezyo Yupanzara Dharomesz, S.E., M.B.A., yang berbesar hati mendampingi dalam proses penyusunan skripsi dengan sabar, respon yang sangat cepat dan masukan-masukan skripsi yang mudah dipahami bagi penulis.
4. Bapak, Ibu, dan kedua kakak penulis yang selalu menyertai penulis dengan doa yang terbaik dan memberikan dukungan tanpa henti, baik dengan doa, kasih sayang, maupun dukungan moral dan material selama peneliti menempuh pendidikan hingga tahap ini.
5. Caca, Fina, Intan, dan Mayta selaku teman selama kuliah hingga sekarang yang telah menemani, mendukung, dan membantu proses pengerjaan penulisan ini dari awal hingga akhir.
6. Agil, Cindy, Dian, dan Ifah selaku teman yang memberikan semangat dan menemani penulis dalam proses penulisan ini.

7. Aulia dan Farisha selaku teman yang tetap ada hingga saat ini membantu memberikan motivasi dan masukan dalam proses penulisan ini.
8. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah mendukung dan membantu proses pengerjaan penulisan ini hingga selesai.

Pada skripsi ini yang luput dengan segala kesalahan tersimpan harapan bagi penulis agar dapat bermanfaat kepada seluruh yang terlibat. Penulis memohon maaf dengan tulus jika terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi.

Yogyakarta, 23 Juni 2026

Penulis,



Farenjolita Ratna Rahadi

MOTTO

“It never hurts to keep looking for sunshine.” – Eeyore

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
MOTTO	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan.....	11
1.4. Manfaat.....	11
1.5. Sistematika Penulisan.....	12
BAB II	15
TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Kajian Literatur	15
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	15
2.1.2 <i>Attitude</i>	16
2.1.3 <i>Environmental Knowledge</i>	18
2.1.4 <i>Green Trust</i>	19
2.1.5 <i>Perceived Risk</i>	21
2.1.6 <i>Green Purchase Intention</i>	22
2.1.7 <i>Green Purchase Behavior</i>	24
2.2 Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Model Konseptual dan Pengembangan Hipotesis	20
2.3.1 <i>Attitude</i> Berpengaruh Terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	20
2.3.2 <i>Environmental Knowledge</i> Berpengaruh Terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	21

2.3.3 <i>Green Trust</i> Berpengaruh Terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	23
2.3.4 <i>Perceived Risk</i> Berpengaruh Terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	25
2.3.5 <i>Green Purchase Intention</i> Berpengaruh Terhadap <i>Green Purchase Behavior</i>	27
2.4 Kerangka Penelitian	29
BAB III.....	30
METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Objek, Subjek, dan Tempat Penelitian	30
3.3 Populasi dan Sampel	31
3.3.1 Populasi Penelitian.....	31
3.3.2 Sampel Penelitian	32
3.3.3 Teknik Pengumpulan Sampel	33
3.4 Metode Pengumpulan Data	34
3.5 Definisi Operasional Variabel	35
3.6 Metode Pengukuran Data	47
3.7 <i>Face Validity</i>	48
3.8 Metode Analisis Data	50
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif Responden	50
3.8.2 Analisis Statistik Deskriptif Responden Variabel	51
3.8.3 Pengujian Instrumen	51
BAB IV	55
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Analisis Statistik Deskriptif Responden.....	55
4.1.1 Distribusi Data	55
4.1.2 Profil Responden	57
4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	59
4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
4.1.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan dalam Sebulan....	61
4.1.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran dalam Sebulan ..	62
4.2 Analisis Deskriptif Variabel	63

4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel <i>Attitude</i>	63
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel <i>Environmental Knowledge</i>	64
4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel <i>Green Trust</i>	64
4.2.4 Analisis Deskriptif Variabel <i>Perceived Risk</i>	65
4.2.5 Analisis Deskriptif Variabel <i>Green Purchase Intention</i>	66
4.2.6 Analisis Deskriptif Variabel <i>Green Purchase Behavior</i>	67
4.3 Analisis <i>SmartPLS</i>	68
4.4 Evaluasi Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	68
4.4.1 Uji Validitas Konvergen	69
4.4.2 Uji Validitas Diskriminan.....	71
4.4.3 Uji Reliabilitas	72
4.5 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	73
4.5.1 Pengujian <i>R-Square</i>	74
4.5.2 Pengujian <i>f-Square</i>	74
4.6 Pengujian Hipotesis.....	76
4.6.1 Hasil Pengujian Hipotesis 1: <i>Attitude</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap <i>Green Purchase Intention</i> (H1).....	77
4.6.2 Hasil Pengujian Hipotesis 2: <i>Environmental Knowledge</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap <i>Green Purchase Intention</i> (H2)	77
4.6.3 Hasil Pengujian Hipotesis 3: <i>Green Trust</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap <i>Green Purchase Intention</i> (H3).....	78
4.6.4 Hasil Pengujian Hipotesis 4: <i>Perceived Risk</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap <i>Green Purchase Behavior</i> (H4).....	78
4.6.5 Hasil Pengujian Hipotesis 5: <i>Green Purchase Intention</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap <i>Green Purchase Behavior</i> (H5).....	79
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	80
4.7.1 Pengaruh <i>Attitude</i> Terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	80
4.7.2 Pengaruh <i>Environmental Knowledge</i> Terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	82
4.7.3 Pengaruh <i>Green Trust</i> Terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	84
4.7.4 Pengaruh <i>Perceived Risk</i> Terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	87
4.7.5 Pengaruh <i>Green Purchase Intention</i> Terhadap <i>Green Purchase Behavior</i>	90
BAB V.....	94

PENUTUP.....	94
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Implikasi Manajerial.....	97
5.3 Keterbatasan Penelitian	99
5.4 Saran untuk Peneliti Selanjutnya.....	102
DAFTAR PUSTAKA.....	105
LAMPIRAN.....	116

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	41
Tabel 3. 2 <i>Face Validity</i>	48
Tabel 4. 1 Pertanyaan Filter	56
Tabel 4. 2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Attitude</i>	63
Tabel 4. 3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Environmental Knowledge</i>	64
Tabel 4. 4 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Green Trust</i>	64
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Perceived Risk</i>	65
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Green Purchase Intention</i>	66
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Green Purchase Behavior</i>	67
Tabel 4. 8 <i>Outer Loading</i>	70
Tabel 4. 9 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	71
Tabel 4. 10 <i>Cross Loading</i>	71
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas.....	73
Tabel 4. 12 <i>R-Square</i>	74
Tabel 4. 13 <i>f-square</i>	74
Tabel 4. 14 Hasil Uji Hipotesis.....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tren Pembelian Produk Ramah Lingkungan	2
Gambar 1. 2 <i>Offline Event</i> Paling Sering Dikunjungi.....	3
Gambar 1. 3 Bedak Dingin Rumah Atsiri Indonesia	4
Gambar 1. 4 Atsiri <i>Business Model in Support of SDGs</i>	5
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	29
Gambar 4. 1 Data Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	57
Gambar 4. 2 Data Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Gambar 4. 3 Data Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	59
Gambar 4. 4 Data Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Gambar 4. 5 Data Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan dalam Sebulan	61
Gambar 4. 6 Data Jumlah Responden Berdasarkan Pengeluaran dalam Sebulan...	62
Gambar 4. 7 Model Struktural	68
Gambar 4. 8 <i>Loading Factor</i>	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Google Formulir	116
Lampiran 2. Penyebaran Kuesioner	136
Lampiran 3. Data Responden dan Jawabannya	138
Lampiran 4. Hasil Analisis Data SmartPLS.....	177
Lampiran 5. Jurnal Acuan.....	180
Lampiran 6. Turnitin	196

FAKTOR-FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN MENGIKUTI *SUSTAINABLE EVENT* RUMAH ATSIRI INDONESIA

**Fareniolita Ratna Rahadi
220326831**

**Pembimbing
Vonezyo Yupanzara Dharomesz, S.E., M.B.A.**

**Departemen Manajemen
Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Jl. Babarsari No. 43-44, Yogyakarta**

ABSTRAK

Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan mendorong perubahan perilaku konsumsi menuju aktivitas yang lebih ramah lingkungan, termasuk pada kegiatan edukatif berbasis pengalaman seperti Herbal *Workshop* Bedak Dingin di Rumah Atsiri Indonesia. Penelitian ini menganalisis pengaruh *environmental knowledge*, *attitude*, *green trust*, dan *perceived risk* terhadap *green purchase intention* serta pengaruh *green purchase intention* terhadap *green purchase behavior* pada Generasi Z. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik *purposive sampling* terhadap 251 responden yang mengetahui namun belum pernah mengikuti *workshop*. Data dianalisis menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya *perceived risk* yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap *green purchase intention*, sedangkan *environmental knowledge*, *attitude*, dan *green trust* tidak berpengaruh signifikan. Selain itu, *green purchase intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *green purchase behavior*. Temuan ini memperluas penerapan *Theory of Planned Behavior* (TPB) pada konteks *experience-based green consumption* serta memberikan masukan bagi pengelola *workshop* dalam meningkatkan minat partisipasi konsumen.

Kata Kunci: *Environmental Knowledge*, *Attitude*, *Green Trust*, *Perceived Risk*, *Green Purchase Intention*, *Green Purchase Behavior*, Gen Z.