

***GREEN ATTITUDE* SEBAGAI MEDIATOR HUBUNGAN
RELIGIUSITAS DAN *ENVIROMENTAL CONCERN*
TERHADAP *GREEN PURCHASE INTENTION* PADA PRODUK
DEODORAN ORGANICENTER.ID KONSUMEN SHOPEE**

SKRIPSI

Disusun Oleh :

Muhamad Bagus Marhaendrasto Putra

NIM : 08010321019



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SURABAYA
2025**

Surat Pernyataan Orisinalitas Karya Proposal

Saya, Muhamad Bagus Marhaendrasto Putra, menyatakan bahwa:

1. Karya proposal saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Proposal saya ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam proposal ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya proposal ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan normal dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya

Surabaya, 15 Mei 2025



Muhamad Bagus Marhaendrasto Putra

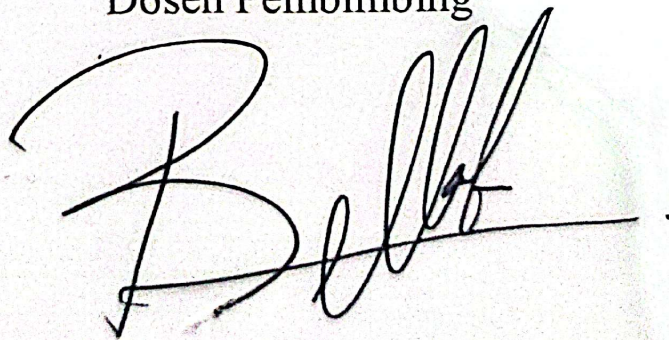
NIM: 08010321019

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Surabaya, 15 Mei 2025

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Saqofa Nabilah Aini', with a long horizontal line extending to the right.

Saqofa Nabilah Aini. S.E., M.Sc.

NIP. 19930109202012208

Lembar Pengesahan

GREEN ATTITUDE SEBAGAI MEDIATOR HUBUNGAN RELIGIUSITAS DAN ENVIROMENTAL CONCERN TERHADAP GREEN PURCHASE INTENTION PADA PRODUK DEODORAN ORGANICENTER.ID KONSUMEN SHOPEE

Oleh

Muhamad Bagus Marhaendrasto Putra

NIM : 08010321019

Susunan Dewan Penguji :

1. Saqofa Nabilah Aini. S.E., M.Sc.
NIP. 19930109202012208
(Penguji 1)
2. Hanafi Adi Putranto, S. Si.,SE., M.Si
NIP. 198209052015031002
(Penguji 2)
3. Hj. Nurlailah, SE, MM
NIP. 196205222000032001
(Penguji 3)
4. Helmina Ardyanfitri, M.M
NIP. 199407282019032025
(Penguji 4)

Tanda Tangan :



Surabaya, 25 Juni 2025

Dekan

Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.
NIP. 197005142000031001

LEMBAR PUBLIKASI



KEMENTERIAN AGAMA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax. 0318413300

EMail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhamad Bagus Marhaendrasto Putra

NIM : 08010321019

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Manajemen

E-mail address : ajirekso01@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Green Attitude sebagai Mediator Hubungan Religiusitas dan Enviromental Concern Terhadap Green Purchase Intention Pada Produk Deodoran Organicenter.ID Konsumen Shopee

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 10 Juli 2025

Penulis

(Muhamad Bagus Marhaendrasto Putra)

ABSTRAK

Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan isu lingkungan, produk ramah lingkungan semakin diminati. Perubahan perilaku konsumen yang semakin memilih produk berbahan alami untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, serta pentingnya nilai-nilai religiusitas dalam mendorong perilaku konsumen yang peduli lingkungan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran *green attitude* sebagai mediator dalam hubungan antara religiusitas dan *enviromental concern* terhadap *green purchase intention* pada produk deodoran di Organicenter.ID pada konsumen Shopee. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Metode survei adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari responden mengenai karakteristik, perilaku, persepsi, dan keyakinan mereka terkait topik tersebut. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 150, yang diperoleh melalui metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan perangkat lunak SPSS.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa religiusitas dan *enviromental concern* berpengaruh positif terhadap *green attitude*. Namun, religiusitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *green purchase intention*, sementara *enviromental concern* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *green purchase intention*. *Green attitude* terbukti sebagai mediator yang signifikan dalam hubungan antara religiusitas dan *enviromental concern* terhadap *green purchase intention*.

Penelitian ini memberikan rekomendasi kepada pihak perusahaan untuk mengedukasi konsumen mengenai manfaat produk ramah lingkungan dan mengintegrasikan nilai-nilai religiusitas dalam strategi pemasaran mereka. Selain itu, Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mempengaruhi *green purchase intention*.

Kata kunci: religiusitas, *green attitude*, *enviromental concern*, *green purchase intention*, produk ramah lingkungan.

ABSTRACT

With increasing public awareness of environmental issues, environmentally friendly products are becoming increasingly popular. Changes in consumer behavior, with consumers increasingly choosing natural products to reduce negative impacts on the environment, as well as the importance of religious values in encouraging environmentally conscious consumer behavior.

This study aims to analyze the role of green attitude as a mediator in the relationship between religiosity and environmental concern on green purchase intention for deodorant products at Organicenter.ID among Shopee consumers. This study employs a quantitative approach using a survey method. A survey method is a data collection technique used to obtain direct information from respondents regarding their characteristics, behaviors, perceptions, and beliefs related to the topic. The sample size for this study is 150, obtained through purposive sampling. This study utilizes SPSS software.

The results of this study indicate that religiosity and environmental concern have a positive effect on green attitude. However, religiosity does not have a significant effect on green purchase intention, while environmental concern has a significant effect on green purchase intention. Green attitude is proven to be a significant mediator in the relationship between religiosity and environmental concern on green purchase intention.

This study recommends that companies educate consumers about the benefits of environmentally friendly products and integrate religious values into their marketing strategies. In addition, further research can be conducted to explore other factors that influence green purchase intention.

Keywords: *religiosity, green attitude, environmental concern, green purchase intention, environmentally friendly products.*

DAFTAR ISI

Surat Pernyataan Orisinalitas Karya Proposal.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
Lembar Pengesahan	iv
LEMBAR PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Teoritis	13
BAB II.....	15
LANDASAN TEORI.....	15
2.1 <i>Theory of Planned Behavior</i>	15
2.2 Religiusitas.....	17
2.3 Kepedulian Lingkungan (<i>Enviromental Concern</i>).....	19
2.4 Sikap Ramah Lingkungan (<i>Green Attitude</i>).....	20
2.5 Niat Pembelian Hijau (<i>Green Purchase Intention</i>)	22
2.6 Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	24
2.7 Kerangka Konseptual.....	54
2.8 Pengembangan Hipotesis	55
BAB III.....	60
METODE PENELITIAN	60
3.1 Jenis Penelitian.....	60

3.2 Subjek Penelitian	60
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	61
3.4 Definisi Operasional Variabel	62
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	66
3.6 Teknik Pengumpulan Data	67
3.7 Teknik Analisis Data.....	68
3.7.8 Uji Sobel	73
BAB IV	75
HASIL DAN PEMBAHASAN	75
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian.....	75
4.2 Hasil Analisis Deskriptif.....	77
4.3 Uji Kualitas Instrumen.....	82
4.3.1 Uji Validitas.....	82
4.3.2 Uji Reabilitas.....	83
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	84
4.3.3.1 Uji Normalitas	84
4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	86
4.3.4 Path Analisis Regresi Linear Berganda.....	88
4.3.5 Koefisiensi Determinasi (R^2)	91
4.3.6 Pengujian Hipotesis	92
4.3.6.1 Uji t (Parsial)	92
4.3.6.2 Uji f Simultan	94
4.3.7 Uji Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	95
4.3.8 Uji Sobel	98
4.3.9 Pembahasan Analisis Data	100
BAB V	113
KESIMPULAN DAN SARAN	113
5.1 Kesimpulan	113
5.2 Saran	114
DAFTAR PUSTAKA.....	115

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	24
Tabel 3.1 Deskripsi Definisi Operasional Variabel.....	62
Tabel 3.2 Skala Pengukuran	67
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	75
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	76
Tabel 4.3 Uji Statistik Deskriptif Religiusitas	77
Tabel 4.4 Uji Statistik Deskriptif <i>Enviromental Concern</i>	78
Tabel 4.5 Uji Statistik Deskriptif <i>Green Attitude</i>	80
Tabel 4.6 Uji Statistik Deskriptif <i>Green Purchase Intention</i>	81
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	82
Tabel 4.8 Hasil Uji Reabilitas.....	83
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas X1 dan X2 Terhadap M	85
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas X1, X2, dan M Terhadap Y	86
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan I.....	87
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan II	88
Tabel 4.13 Hasil Analisis Jalur	98


 UIN SUNAN AMPEL
 S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Theory of Planned Behavior</i>	15
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	54
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Persamaan I	84
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Persamaan II	85
Gambar 4.3 Hasil Uji Regresi Linear Persamaan I.....	89
Gambar 4.4 Hasil Uji Regresi Linear Persamaan II	90
Gambar 4.5 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R^2) Persamaan I.....	91
Gambar 4.6 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R^2) Persamaan II	91
Gambar 4.7 Hasil Uji t Persamaan I	92
Gambar 4.8 Hasil Uji t Persamaan II.....	93
Gambar 4.9 Hasil Uji f Persamaan I	94
Gambar 4.10 Hasil Uji f Persamaan II.....	95
Gambar 4.11 Hasil Analisis Jalur Persamaan Regresi I.....	96
Gambar 4.12 Hasil Uji Regresi Linear Persamaan II	96
Gambar 4.13 Kesimpulan Analisis Jalur.....	97


 UIN SUNAN AMPEL
 S U R A B A Y A

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Peneliti	123
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	124



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, Ali, and Yessy Artanti. "Pengaruh environmental concern dan perceived environmental knowledge terhadap niat beli hijau melalui environmental attitude sebagai variabel mediasi" 11 (2023).
- Alya Rana Megananda, Dadang Sugiana, and Ilham Gemiharto. "Pengaruh Beliefs and Attitude Generasi M Terhadap Green Purchase Intention Layanan Goride Electric." TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora 2, no. 2 (April 5, 2024): 174–84. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i2.940>.
- Arisyi, Dani Fajrul, and Yunita Engriani. "Pengaruh Faktor Personal dan Attitude Terhadap Green Consumer Behavior Produk LGGreen Health Pada Masyarakat Kota Padang" 01 (2019).
- Baburaj, Anakha. "Customer Attitude Toward Organic Personal Care Products," n.d.
- Department of Business Management, National Economics University, 207 Giai Phong Street, Dong Tam Ward, Hai Ba Trung District, Hanoi, Vietnam, Dinh Duc Minh, Dinh Minh Trang, Department of Business Management, National Economics University, 207 Giai Phong Street, Dong Tam Ward, Hai Ba Trung District, Hanoi, Vietnam, Nguyen Thu Thuy, and Department of Business Management, National Economics University, 207 Giai Phong Street, Dong Tam Ward, Hai Ba Trung District, Hanoi, Vietnam. "Impact of Religiosity on *Green purchase intention*: A Study of Vietnamese Consumer." Ministry of Science and Technology, Vietnam 66, no. 1 (April 20, 2024): 45–52.
- Diash, Aqilah FairuM, and Dewi Syarifah. "Pengaruh Environmental Knowledge dan Environmental Concern terhadap *Green purchase intention* pada Generasi Milenial." Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental (BRPKM) 1, no. 1 (June 30, 2021): 551–59.

- Divya, D, and Dr B Mythili. "Awareness, Usage, And Challenges Faced By Consumers Of Green Personal Care Products In The Coimbatore District" 53, no. 02 (2023).
- Dong, Xiaoxu, Huawei Mhao, and Tiancai Li. "The Role of Live-Streaming E-Commerce on Consumers' Purchasing Intention Regarding Green Agricultural Products." *Sustainability* 14, no. 7 (April 6, 2022): 4374. <https://doi.org/10.3390/su14074374>.
- Fanitawati, N. (2020). Pengaruh Tingkat Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bagi Konsumen di Dapur Putih Cafe Metro. *Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*, 36-37.
- Farhat, Kashif, ImtiaM Arif, Owais RaMMAque, and Wajeeha Aslam. "Impact of Spirituality, Religiosity, Knowledge and Attitude on *Green purchase intention* in Pakistan." *International Journal of Green Economics* 16, no. 4 (2022): 1.
- Firdaus, M. M. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif; Dilengkapi Analisis Regresi IBM SPSS Statistics Version 25.0*. CV. DOTPLUS Publisher. <https://books.google.co.id/books?id=IJ8hEAAAQBAJ>
- Firmansyah, Fani, Puji Endah Purnamasari, and Muhammad Djakfar. "Religiusitas, lingkungan dan pembelian green product pada konsumen generasi M." *IQTISHODUNA* 1, no. 1 (May 7, 2019): 57–70. <https://doi.org/10.18860/iq.v1i1.5779>.
- GhoMali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro. Edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 490.

- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2– 24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>.
- Harahap, Wardyatul Fuady, Amri, and Halimatussakdiah. “The Impact of Environmental Knowledge, Green Brand Image, and Religiosity on Green Cosmetics Purchase Intention Mediated by Attitude.” *International Journal of Scientific and Management Research* 07, no. 11 (2024): 66–75. <https://doi.org/10.37502/IJSMR.2024.71106>.
- Hardani, Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Roushandy Asri Fardani, S.Si., M. P., Jumari Ustiawaty, S.Si., M. S., Evi Fatmi Utami, M.Farm., A., Dhika Juliana Sukmana, S.Si., M. S., & Ria Rahmatul Istiqomah, M. I. K. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*.
- Hartmann, P., & ApaolaMa-IbáñeM, V. (2012). Consumer attitude and purchase intention toward green energy brands. The role of psychological benefits and *enviromental concern*. *Journal of Business Research*, 65(9), 1254-1263.
- Hasnah Hassan, Siti. “The Role of Islamic Values on *Green purchase intention*.” *Journal of Islamic Marketing* 5, no. 3 (September 2, 2014): 379–95.
- Female Dally, “Sebagai Alternatif Deodoran, Ini Kata Ahli Tentang Manfaat Tawas untuk Ketiak!”, dalam <https://editorial.femaledaily.com>, diakses pada 14 Oktober 2024.
- Iftikhar, Arslan, Faisal AMam, SarfraM Ashraf, and Hafim Muhammad Tahir. “Menjelajahi Hubungan antara Religiusitas, Kepercayaan Merek dan Niat Pembelian Hijau sebagai Katalis Sikap,” n.d.
- Indriyani, Risa, and Muhammad Yani. “Impact of *Green attitude*, Green Satisfaction, *Green purchase intention*on Green Loyalty (Study on EIGER Adventure Store Sidoarjo consumers [Dampak *Green attitude*, Green

Satisfaction, *Green purchase intention* Terhadap Green Loyalty (Studi pada Konsumen EIGER Adventure Store Sidoarjo)],” n.d.

Joshi, Y., & Rahman, M. (2015). Factors affecting green purchase behavior and future research directions. *Internasional strategic Management Review*, 3(1-2), 128-143.

Karatu, Victoria Masi Haruna, and Nik Kamariah Nik-Mat. “Determinants of *Green purchase intention* in Nigeria: The Mediating Role of Green Perceived Value,” 2015.

Khaola, Pp, B Potiane, and M Mokhethi. “Environmental Concern, Attitude towards *Green products* and *Green purchase intentions* of Consumers in Lesotho.” *Ethiopian Journal of Environmental Studies and Management* 7, no. 4 (August 4, 2014): 361.

Kian, Tan Pei, and Lim Hui Chia. “Consumer Purchase Intention for Organic Personal Care Product.” *GATR Journal of Management and Marketing Review* 6, no. 4 (December 31, 2021): 213–21. [https://doi.org/10.35609/jmmr.2021.6.4\(2\)](https://doi.org/10.35609/jmmr.2021.6.4(2)).

Lius, Silvianie, and Lina Salim. “Do Female Generation M Have Purchase Intention On Green Cosmetic Based On Their Environmental Knowledge, Environmental Concern, Health Consciousness, Attitude And Subjective Norm?” *Fokus Ekonomi : Jurnal Ilmiah Ekonomi* 19, no. 1 (June 10, 2024): 95–110. <https://doi.org/10.34152/fe.19.1.95-110>.

Maichum, Kamonthip, Surakiat Parichatnon, and Ke-Chung Peng. “Application of the Extended Theory of Planned Behavior Model to Investigate Purchase Intention of *Green products* among Thai Consumers.” *Sustainability* 8, no. 10 (October 23, 2016): 1077.

- Mamun, Abdullah Al, LifatuMMaman Shawon, and Kaysher Hamid. "Purchase Intention and Buying Behaviour of Green Skincare Products: A Study on Bangladeshi Consumers," n.d.
- Mannan, Sobia, Choe Kum Lung, and Tan Luen Peng. "Examining The Relationship Between Religiosity and *Green purchase intention* Among Consumers in Malaysia." In Proceedings of the 11th International Conference on Business, Accounting, Finance and Economics (BAFE 2023), edited by Yuen Onn Choong, Fanyu Chen, Keng Soon William Choo, Voon Hsien Lee, and Chooi Yi Wei, 272:135–46. Advances in Economics, Business and Management Research. Dordrecht: Atlantis Press International BV, 2023.
- Martias, L. D. (2021). Statistika Deskriptif Sebagai Kumpulan Informasi. Fihris: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi, 16(1), 40. <https://doi.org/10.14421/fhrs.2021.161.40-59>.
- Minton, E. A., Kahle, L. R., & Kim, C. H. (2015). Religion and motives for sustainable behavior: A cross-cultural comparison and contrast. Journal of Business Research, 68(9), 1937-1944.
- Moslehpour, Massoud, Ka Yin Chau, Lijie Du, Ranfeng Qiu, Chia-Yang Lin, and BatMaya Batbayar. "Predictors of Green Purchase Intention toward Eco-Innovation and Green Products: Evidence from Taiwan." Economic Research-Ekonomska Istraživanja 36, no. 2 (July 10, 2023): 2121934. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2121934>.
- Moslehpour, Massoud, Panita Chaiyapruk, Sahand FaeM, and Wing-Keung Wong. "Generation Y's Sustainable Purchasing Intention of Green Personal Care Products." Sustainability 13, no. 23 (December 3, 2021): 13385. <https://doi.org/10.3390/su132313385>.

- Nugraha, Tristan Adi, and Yasintha Soelasih. "The factors that shape green buying behavior of eco-friendly shopping bags." *Jurnal Manajemen Maranatha* 22, no. 2 (May 28, 2023): 121–32.
- Rahmawati, Eli, and Harini Abrilia Setyawati. "Pengaruh Green Brand Knowledge dan Environmental Concern Terhadap *Green purchase intention* Melalui *Green attitude* pada Produk The Body Shop." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)* 5, no. 4 (October 7, 2023): 387–408.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: KBM Indonesia.
- Sari Listyorini and Naili Farida. "Environmental Concern in Its Role to Mediate Religiosity and *Green purchase intention* to Retail Consumers, Cafés, and Restaurants." *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147- 4478) 11, no. 8 (November 13, 2022): 251–57.
- Sekaran, & Bougie. (2020). *Research Methods For Business : A Skill Building Approach* (N. J. J. W. & Sons (Ed.); 8th Ed. As)
- Setiawan, Margareth, Rosita Widjojo, and Doni Purnama Alamsyah. "Consumers' Reasonings for Intention to Purchase Natural Personal Care Products in Indonesian Market." *Cogent Business & Management* 11, no. 1 (December 31, 2024): 2289205. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2289205>.
- Shevia, Shevia, Renny Christiarini, and RiMni Aulia Qadri. "Green marketing & environmental concern: Minat beli generasi M terhadap personal care products." *Journal of Business & Banking* 13, no. 1 (October 27, 2023): 99. <https://doi.org/10.14414/jbb.v13i1.3976>.
- Siagian, Dergibson, Yordan Budianto, and Ester Vinolia. "Telaah Niat Beli: Antara Pengetahuan Dan Kepedulian Terhadap Lingkungan," n.d.

- Solekah, Nihayatu Aslamatis. "Analisis Religios Value terhadap Green Purchase Attitude dan Green Purchase Intention : Studi Empiris pada Generasi Milenial Muslim." INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia 5, no. 2 (March 31, 2022): 149–61. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v5i2.220>.
- Sugiyono, P. D. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (M. Dr. Ir. Sutopo. S. Pd. *ALFABETA*, Cv.
- Supriani, Indri, Sri Yuyu Ninglasari, and Sri Iswati. "How Social Media Influencers Form Muslim Consumers' Halal Cosmetics Purchase Intention: Religiosity Concern." Journal of Islamic Marketing 16, no. 2 (January 20, 2025): 502–25. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2024-0085>.
- SMaban, Marta. "Internal Factors Influencing Customer Attitude, Purchase Intention and Purchase Behaviour with Regard to Green Personal Care Products. A Literature Review." Argumenta Oeconomica 2023, no. 2 (2023): 233–62. <https://doi.org/10.15611/aoe.2023.2.12>.
- Tekin, Nedim, and Dilşad ÇoknaM. "The Role of Environmental Concern in Mediating the Effect of Personal Environmental Norms on the Intention to Purchase *Green product* s: A Case Study on Outdoor Athletes." ReMark - Revista Brasileira de Marketing 21, no. 4 (September 20, 2022): 1282–1306.
- Umamatul FaiMah, Rafidah Rafidah, and AMtyara Ismadharliani, "Green Knowledge Religiusitas dan Keputusan Pembelian *Green Product* Pada Konsumen Muslim Umamatul FaiMah, Rafidah Rafidah, and AMtyara Ismadharliani, "Green Knowledge Religiusitas Dan Keputusan Pembelian *Green Product* Pada Konsumen Muslim Generasi M," Jurnal Kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen 1, no. 4 (October 14, 2023): 39–53.

- Vallerand, R. J., Deshaies, P., Cuerrier, J. P., Pelletier, L. G., dan Mongeau, C. (1992). AjMen and Fishbein's theory of reasoned action as applied to moral behavior: A confirmatory analysis. *Journal of personality and social psychology*, 62(1): 98.
- Wahyudi, H., & Mardiyah, A. A. (2006). Pengaruh Profesionalisme Auditor Terhadap Tingkat Materialitas Dalam Pemeriksaan Laporan Keuangan. *Simposium Nasional Akuntansi*, 9, 23-26.
- Wang, Lei, Philip Pong Weng Wong, and Narayanan Alagas Elangkovan. "The Influence of Religiosity on Consumer's *Green purchase intention* Towards Green Hotel Selection in China." *Journal of China Tourism Research* 16, no. 3 (July 2, 2020): 319–45.
- Wibowo, Febrian Wahyu, and Rusny Istiqomah Sujono. "Pengaruh Religiusitas Terhadap Wirausaha Muslim Muda (Studi Kasus Pondok Pesantren Di Yogyakarta)." *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam* 12, no. 2 (December 29, 2021): 138. <https://doi.org/10.32507/ajei.v12i2.867>.
- Yadav, R., & Pathak, G. S. (2016). Young consumers' intention towards buying green products in a developing nation: Extending the theory of planned behavior. *Journal of Cleaner Production*, 135, 732-739.
- Yadav, S., & Singh, A. P. (2021). Green purchasing behaviour: An empirical study of customers' attitudes towards organic personal care products. *International Research Journal of Commerce, Arts and Science*, 12(3), 23–35.
- Yusuf. M. (2013). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.