

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH KETERSEDIAAN PRODUK, KEPEDULIAN LINGKUNGAN DAN KESADARAN KESEHATAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK HIJAU YANG DIMODERASI OLEH GENDER PADA KONSUMEN N PURE DI BEBERAPA DAERAH DI INDONESIA**

**Oleh**

**Siti Amanda Maharani Praditya**

Pemanasan global dan meningkatnya kerusakan lingkungan mendorong perubahan perilaku konsumen menuju konsumsi yang lebih bertanggung jawab. Dalam konteks industri kosmetik, penggunaan bahan kimia berbahaya berpotensi menimbulkan risiko kesehatan seperti iritasi kulit hingga gangguan jangka panjang, sehingga mendorong konsumen untuk beralih pada produk perawatan kulit berbahan alami dan ramah lingkungan. Perubahan ini menuntut perusahaan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi niat pembelian produk kosmetik hijau, khususnya pada merek N Pure yang mengusung konsep keinginan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ketersediaan produk, kepedulian lingkungan, dan kesadaran kesehatan terhadap niat pembelian produk kosmetik hijau serta menguji peran gender sebagai variabel moderasi. Menggunakan pendekatan kuantitatif dan teknik purposive sampling, data dari 97 responden pengguna produk N PURE dianalisis. Data dianalisis menggunakan teknik Structural Equation Model (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketersediaan produk, kepedulian lingkungan, dan kesadaran kesehatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian produk kosmetik hijau. Selain itu, gender terbukti memoderasi hubungan tertentu antara variabel independen dan niat pembelian, yang menunjukkan adanya perbedaan respon antara konsumen laki-laki dan perempuan dalam membentuk niat pembelian

**Kata Kunci: Ketersediaan Produk, Kepedulian Lingkungan, Kesadaran Kesehatan, Gender, Niat Pembelian**

## **ABSTRAK**

### **The Effect of Product Availability, Environmental Concern, and Health Awareness on the Purchase Intention of Green Cosmetic Products, Moderated by Gender, among N'PURE Skincare Consumers in Indonesia**

**By**

**Siti Amanda Maharani Praditya**

Global warming and increasing environmental damage are driving changes in consumer behavior towards more responsible consumption. In the context of the cosmetics industry, the use of hazardous chemicals has the potential to cause health risks such as skin irritation and long-term disorders, thus encouraging consumers to switch to natural and environmentally friendly skincare products. This change requires companies to understand the factors that influence purchase intentions for green cosmetic products, especially for the N Pure brand which carries the concept of desire. This study aims to analyze the influence of product availability, environmental concern, and health awareness on purchase intentions for green cosmetic products and examine the role of gender as a moderating variable. Using a quantitative approach and purposive sampling technique, data from 97 respondents who use N Murni products were analyzed. The data were analyzed using the Structural Equation Model (SEM) technique based on Partial Least Square (PLS) with the help of SmartPLS 4.0 software. The results show that product availability, environmental concern, and health awareness have a positive and significant effect on purchase intentions for green cosmetic products. In addition, gender is proven to moderate certain relationships between the independent variables and purchase intentions, indicating differences in responses between male and female consumers in forming purchase intentions.

**Keywords: Product Availability, Environmental Concern, Health Awareness, Gender, Purchase Intention**