

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi peran gaya hidup kesederhanaan sukarela pada faktor kepedulian lingkungan, serta hubungan kedua konstruk ini terhadap niat pembelian kosmetik berkelanjutan. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner secara daring. Pada penelitian ini diperoleh sampel yang valid sebanyak 159 responden Warga Negara Indonesia di atas 18 tahun. Kemudian data yang terkumpul dianalisis menggunakan SmartPLS-3.2.9. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, temuan utama dari penelitian ini menunjukkan bahwa kesederhanaan sukarela memberikan pengaruh langsung dan positif terhadap kepedulian lingkungan. Selain itu, konsumen yang menerapkan gaya hidup kesederhanaan sukarela dan memiliki kepedulian lingkungan secara positif memiliki kecenderungan untuk membeli kosmetik yang berkelanjutan. Dari hasil penelitian ini, konsumen dengan profil serupa mewakili audiens target potensial untuk diamati oleh perusahaan maupun pemasar kosmetik yang berfokus pada keberlanjutan. Selain itu, mereka dapat memanfaatkan temuan ini untuk menggambarkan jenis produk yang akan ditawarkan.

Kata kunci: kesederhanaan sukarela, kepedulian lingkungan, niat beli, kosmetik berkelanjutan.

ABSTRACT

This study aims to identify the role of voluntary simplicity lifestyle on environmental concern factors, as well as the relationship between these two constructs on the purchase intention of sustainable cosmetics. This research was conducted using a quantitative approach by collecting data through distribution of online questionnaires. In this study, a valid sample was obtained of 159 Indonesian citizens over 18 years old. Then the collected data were analyzed using SmartPLS-3.2.9. Based on the results of the research, the main findings of this study indicates that the voluntary simplicity has a direct and positive influence on environmental concern. In addition, consumers who adopt a simple lifestyle voluntarily and have positive environmental concerns have a tendency to buy sustainable cosmetics. From the results of this study, consumers with similar profiles represent a potential target audience to be observed by cosmetics companies and marketers that have focused on sustainability. In addition, these findings can be used to describe the types of products to be offered for consumers with similar profile and interest.

Keywords: *voluntary simplicity, environmental concern, purchase intention, sustainable cosmetics.*