

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji pengaruh hambatan pada niat pembelian kosmetik ramah lingkungan. Penelitian ini dilakukan guna memahami faktor-faktor yang menghambat niat pembelian kosmetik ramah lingkungan dengan menggunakan perspektif Teori Resistensi Inovasi. Selanjutnya, dilakukan analisis untuk menguji apakah Hambatan Penggunaan, Hambatan Nilai, Hambatan Risiko, Hambatan Tradisi, dan Hambatan Citra memengaruhi Niat Pembelian Kosmetik Ramah Lingkungan. Selain itu, penelitian ini juga melihat peran Kepedulian Lingkungan dan Kepedulian Kesehatan sebagai variabel moderasi. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Survei *online* dilakukan untuk mengumpulkan data sampel sebanyak 324 responden. Seluruh responden merupakan segmen konsumen yang rutin mengonsumsi kosmetik namun belum pernah membeli kosmetik ramah lingkungan dengan kelompok usia Generasi Milenial dan Generasi Z. Analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian mengungkapkan bahwa semua variabel hambatan merupakan faktor penghambat signifikan terhadap adopsi produk kosmetik ramah lingkungan. Namun, variabel kepedulian lingkungan dan kepedulian kesehatan tidak memiliki peran dalam hubungan antara hubungan masing-masing hambatan dengan niat pembelian kosmetik ramah lingkungan.

Kata Kunci: Kepedulian Kesehatan, Kepedulian Lingkungan, Kosmetik Ramah Lingkungan, Niat Pembelian, Resistensi Konsumen, Teori Resistensi Inovasi

ABSTRACT

This study aimed to investigate the influence of barriers on the purchase intention of eco-friendly cosmetics. This research was conducted to understand the factors hindering the purchase intention of eco-friendly cosmetics using the perspective of Innovation Resistance Theory. Furthermore, this study analyzed whether Usage Barriers, Value Barriers, Risk Barriers, Tradition Barriers, and Image Barriers influence the Purchase Intention of Eco-Friendly Cosmetics. Additionally, this study examined the role of Environmental Concern and Health Concern as moderating variables. A non-probability sampling method with purposive sampling technique was employed. An online survey was conducted to collect data from 324 respondents. All respondents were consumers who regularly used cosmetics but had never purchased eco-friendly cosmetics, belonging to the Millennial and Gen Z age groups. Data analysis was conducted using Structural Equation Modeling (SEM) with Partial Least Squares (PLS). The results revealed that all barrier variables were significant inhibitors of adopting eco-friendly cosmetic products. However, environmental concern and health concern did not play a role in the relationship between each barrier and the purchase intention of eco-friendly cosmetics.

Keywords: *Consumer Resistance, Environmental Concern, Environmentally Friendly Cosmetics, Health Concern, Innovation Resistance Theory, Purchase Intention*