

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh ketakutan pada Pandemi Covid-19 dan motivasi yang meliputi motivasi intrinsik, motivasi eksternal, motivasi introjeksi, dan motivasi teridentifikasi terhadap pembelian produk hijau. Data diperoleh melalui survei kepada 442 responden di Indonesia yang pernah membeli produk hijau. Analisis data dilakukan dengan menggunakan Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) untuk menguji kesesuaian model yang dihipotesiskan dengan data yang diperoleh. Pengujian mekanisme moderasi menggunakan teknik analisis *multigroup* milik Kock (2013) yang membagi data menjadi dua kelompok sampel.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa ketakutan pada Pandemi Covid-19, motivasi intrinsik dan motivasi teridentifikasi berpengaruh signifikan terhadap pembelian produk hijau. Motivasi eksternal dan motivasi introjeksi tidak berpengaruh signifikan pada pembelian produk hijau. Penelitian ini juga menemukan bahwa kelompok generasi sebagian besar memperkuat hubungan antara ketakutan pada Pandemi Covid-19 dan empat jenis motivasi terhadap pembelian produk hijau, sedangkan sebagian kelompok generasi lainnya memperlambat hubungan antara ketakutan pada Pandemi Covid-19 dan empat jenis motivasi terhadap pembelian produk hijau. Penelitian ini memiliki implikasi empiris dan praktis serta saran untuk penelitian di masa yang akan datang.

Kata kunci: ketakutan pada Pandemi Covid-19, motivasi intrinsik, motivasi eksternal, motivasi introjeksi, motivasi teridentifikasi, pembelian produk hijau, kelompok generasi.

ABSTRACT

This study aimed to examine the effect of fear of Covid-19 Pandemic and motivation which includes intrinsic motivation, external motivation, introjected motivation, and identified motivation toward green product purchasing. Data was obtained through a survey of 442 respondents in Indonesia who had purchased green product. data analysis was performed using Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) to test the suitability of the model hypothesized with the data obtained. the moderation mechanism testing uses Kock's multigroup analysis technique (2013) which divides the data into two sample groups.

The results of data analysis show that fear of Covid-19 Pandemic, intrinsic motivation and identified motivation significantly influence green product purchasing. External motivation and introjected motivation do not have a significant effect on green product purchasing. This study also found that cohort generation largely strengthened the relationship between fear of Covid-19 Pandemic and four kinds of motivation toward green product purchasing, while others cohort generation weakened the relationship between fear of Covid-19 Pandemic and four kinds of motivation toward green product purchasing. This research has empirical and practical implications as well as research suggestions for future research.

Keywords: fear of Covid-19 Pandemic, intrinsic motivation, external motivation, introjected motivation, identified motivation, green product purchasing.