

INTISARI

Pelestarian lingkungan sangat bergantung pada perubahan sosial skala besar menuju gaya hidup yang bertanggung jawab terhadap lingkungan. Saat ini terdapat tren kenaikan pembelian produk hijau di Indonesia. Fenomena sosial tersebut perlu dilihat secara menyeluruh melalui beberapa teori yang relevan dalam rangka membina perilaku hijau. Penelitian ini mengaplikasikan Teori Perilaku Terencana dan Teori Kognisi Sosial untuk mengidentifikasi pengaruh media massa, pengetahuan kelingkungan, efikasi diri hijau, harga produk, komitmen lingkungan, sikap pembelian produk hijau, norma subyektif, kontrol keperilakuan yang dipersepsikan, dan niat pembelian produk hijau pada perilaku pembelian produk hijau. Penelitian ini menggunakan metode survei melalui penyebaran kuesioner. Penyampelan dilakukan melalui pendekatan pengambilan sampel dengan tujuan (*purposive sampling*). Jumlah sampel penelitian ini sebanyak 198 responden dengan kriteria berusia minimal 18 tahun, pernah mengambil keputusan membeli produk hijau, pernah membeli produk hijau dalam enam bulan terakhir, dan mengetahui bahwa terdapat produk hijau di Indonesia. Data dianalisis menggunakan *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Temuan menunjukkan niat pembelian produk hijau dan efikasi diri hijau berpengaruh positif pada perilaku pembelian produk hijau. Hubungan antara niat pembelian produk hijau dan perilaku pembelian produk hijau dimoderasi oleh harga produk. Sikap pembelian produk hijau, norma subyektif, dan efikasi diri hijau berpengaruh positif pada niat pembelian produk hijau. Sikap pembelian produk hijau dipengaruhi secara positif oleh pengetahuan kelingkungan, dan pengetahuan kelingkungan dipengaruhi secara positif oleh media massa.

Kata kunci: perilaku pembelian produk hijau, niat pembelian produk hijau, harga produk, sikap pembelian produk hijau, norma subyektif, efikasi diri hijau, pengetahuan kelingkungan, media massa.

ABSTRACT

Environmental conservation is highly dependent on large-scale social change towards environmentally responsible lifestyles. Currently, there is an increasing trend of purchasing green products in Indonesia. This social phenomenon must be looked thoroughly through several relevant theories in order to foster green behavior. This study applies Theory of Planned Behavior and Social Cognitive Theory to examine the influence of mass media, environmental knowledge, green self-efficacy, product prices, environmental commitment, green purchasing attitude, subjective norm, perceived behavioral control, and green purchasing intention on green purchasing behavior. This study uses survey method with questionnaire. Sampling is done through a purposive sampling approach. The number of samples in this study was 198 respondents with the criteria of being at least 18 years old, had made decision to buy green products, had bought green products in the last six months, and knew that there were green products in Indonesia. Data were analyzed using Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The findings show that green purchasing intention and green self-efficacy have a positive effect on green purchasing behavior. The relationship between green purchasing intention and green purchasing behavior is moderated by product price. Green purchasing attitudes, subjective norms, and green self-efficacy have a positive effect on green purchasing intention. The attitude of green purchasing behavior is positively influenced by environmental knowledge, and environmental knowledge is positively influenced by the mass media.

Keywords: green purchasing behavior, green purchasing intention, product price, green purchasing attitude, subjective norm, green self-efficacy, environmental knowledge, mass media.