

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor yang memengaruhi perilaku konsumen di Indonesia dalam melakukan pembelian produk Nestle dengan kemasan ramah lingkungan berdasarkan teori perilaku yang direncanakan. Terdapat 5 variabel independen pada penelitian ini yang terdiri dari 3 variabel dari faktor anteseden utama yang digunakan dalam teori perilaku yang direncanakan: sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku dan 2 variabel independen tambahan: kesediaan konsumen untuk membayar harga premium dan kepedulian lingkungan.

Pengujian yang dilakukan untuk mengetahui faktor yang memengaruhi niat beli konsumen pada produk hijau menggunakan produk dari PT Nestle Indonesia dengan kemasan bersifat ramah lingkungan sebagai objek penelitian. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang berdomisili di Indonesia, berusia 17 tahun ke atas, serta mengetahui minimal 1 merk dari Nestle yang telah menggunakan kemasan ramah lingkungan.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa dari ketiga faktor anteseden utama dalam teori perilaku yang direncanakan, hanya norma subjektif yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli produk Nestle dengan kemasan ramah lingkungan. Sementara itu, variabel kesediaan untuk membayar harga premium berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli tetapi tidak ditemukan pengaruh signifikan dari variabel kepedulian lingkungan.

**Kata kunci:** Teori Perilaku yang Direncanakan, Kemasan Ramah Lingkungan, Perilaku Hijau

## ***ABSTRACT***

*The purpose of this research is to examine the factors influence to customer behavior in Indonesia to buy Nestle products with eco-friendly packaging based on theory of planned behavior. There are 5 independent variables used in this research consisted of 3 variables of antecedent factors in theory of planned behavior which are attitude, subjective norm, perceived behavioral control and 2 others independent variables which are willingness to pay premium and environmental concern.*

*The test was conducted to determine the factors that influence consumer purchasing intention on green product by using products from PT Nestle Indonesia with eco-friendly packaging as the object of research. Respondents of this study were consumers living in Indonesia, aged 17 years and over, and knew at least 1 brand from Nestle that had used eco-friendly packaging.*

*The result of this study found that of the three main antecedent factors in the theory of planned behavior, only subjective norms have a positive and significant influence on purchase intention of Nestle product with eco-friendly packaging. Additionally, the variable of willingness to pay premium has a positive and significant effect on the purchase intention but no significant effect was found from the environmental concern variable to purchase intention.*

**Key word:** *Theory of Planned Behavior, Eco-Friendly Packaging, Green Behavior*