

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pembelian ramah lingkungan pada produk ramah lingkungan oleh konsumen muda di Indonesia. Penelitian ini menguji pengaruh positif partisipasi daur ulang, sikap terkait pembelian ramah lingkungan, pengetahuan tentang lingkungan yang dipersepsikan, paparan pesan terkait lingkungan melalui media, dan pengaruh sosial pada perilaku pembelian ramah lingkungan. Objek penelitian ini adalah produk ramah lingkungan yang beredar di Indonesia.

Pengumpulan data dilakukan dengan metode *nonprobability sampling* menggunakan *purposive sampling*. Diperoleh 610 responden dengan kriteria penduduk yang saat ini berdomisili di Indonesia dan pernah melakukan pembelian produk ramah lingkungan dalam 6 bulan terakhir. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan metode analisis data regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa partisipasi daur ulang, sikap terkait pembelian ramah lingkungan, pengetahuan tentang lingkungan yang dipersepsikan, paparan pesan terkait lingkungan melalui media, pengaruh sosial berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku pembelian ramah lingkungan. Pengetahuan tentang lingkungan yang dipersepsikan memiliki pengaruh terkuat terhadap perilaku pembelian ramah lingkungan.

Kata Kunci: partisipasi daur ulang, sikap terkait pembelian ramah lingkungan, pengetahuan tentang lingkungan yang dipersepsikan, paparan pesan terkait lingkungan melalui media, pengaruh sosial, perilaku pembelian ramah lingkungan, produk ramah lingkungan.

ABSTRACT

This study aims to analyze factors which influence green purchase behavior towards green products on young consumers in Indonesia. This study tested positive influence of recycle participation, attitude towards green purchasing, perceived environmental knowledge, exposure of environmental knowledge through media, and social influence on green purchase behavior. The objects of this study are natural and organic cosmetic brands which circulate in Indonesia.

Data collection were used nonprobability sampling method through purposive sampling. There were 610 respondents which are residents who live in Indonesia and had ever made a purchase of green product in the last 6 months. This study used quantitative method with multiple linier regression data analysis method.

The findings show that recycling participation, attitude towards green purchasing, perceived environmental knowledge, exposure of environmental knowledge through media, and social influence have positive effect on green purchase behavior. Perceived environmental knowledge is the most influential factor affecting green purchase behavior.

Keywords: *recycling participation, attitude towards green purchasing, perceived environmental knowledge, exposure of environmental knowledge through media, social influence, green purchase behavior, green products*