

## Intisari

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat membeli produk ramah lingkungan *stainless straw* di Yogyakarta. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah niat membeli produk ramah lingkungan *stainless straw*, sedangkan Variabel independen yang digunakan adalah kepedulian lingkungan, paparan pesan lingkungan di berbagai media informasi, norma subjektif, efektivitas yang dipersepsikan ketika menggunakan produk ramah lingkungan *stainless straw*, kenyamanan penggunaan produk ramah lingkungan *stainless straw* yang dipersepsikan, dan kesediaan membayar produk ramah lingkungan *stainless straw*.

Penelitian ini menggunakan metode survei daring berupa kuesioner skala Likert dengan 24 butir pertanyaan untuk mengumpulkan data. Responden penelitian ini adalah penduduk Daerah Istimewa Yogyakarta yang berusia minimal 18 tahun dan merupakan pengguna sedotan di rumah maupun restoran. Peneliti menggunakan regresi linier berganda sebagai metode analisis data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa niat membeli produk ramah lingkungan *stainless straw* dipengaruhi secara positif oleh kepedulian lingkungan, paparan pesan lingkungan di berbagai media informasi, norma subjektif, efektivitas yang dipersepsikan ketika menggunakan produk ramah lingkungan *stainless straw*, kenyamanan penggunaan produk ramah lingkungan *stainless straw* yang dipersepsikan, dan kesediaan membayar produk ramah lingkungan *stainless straw*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi produsen produk ramah lingkungan *stainless straw* dalam merancang strategi manajerial bagi produknya.

Kata kunci: pemasaran ramah lingkungan, produk ramah lingkungan *stainless straw*, niat membeli produk ramah lingkungan.

### ***Abstract***

*This study was conducted to determine the factors of green purchase intention on stainless straw in Yogyakarta. The dependent variable used in this study was the green purchase intention on stainless straw while the independent variables used in this study were environmental concern, exposure to environmental messages through media, subjective norms, perceived effectiveness when using stainless straw, perceived convenience of using stainless straw, and willingness to pay for stainless straw.*

*To collect the data, this study used Likert scale online survey question which contained 24 questions. The target respondents of this study were residents of the Special Region of Yogyakarta who are at least 18 years old and one of the user straws at home and restaurants. The researcher used multiple linear regression as a method of data analysis.*

*The results of this study indicated that the green purchase intention on stainless straw is positively influenced by environmental concern, exposure to environmental messages through media, subjective norms, perceived effectiveness when using stainless straw, perceived convenience of using stainless straw, and willingness to pay for stainless straw. The results of this study are expected to be beneficial for producers of stainless straw in designing managerial strategies for their products.*

*Keywords: green marketing, stainless straw, green purchase intention.*