



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mengenai keputusan pembelian produk hijau yang dipengaruhi oleh dukungan terhadap pelestarian lingkungan, tanggung jawab terhadap lingkungan, pengalaman dalam penggunaan produk hijau, persepsi terhadap perusahaan hijau, dan daya dukung sosial yang dilakukan di Indonesia. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kelima faktor (variabel) utama tersebut dengan keputusan pembelian produk hijau.

Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel *purposive sampling* dengan penyebaran kuesioner daring melalui media sosial seperti Line, Whatsapp, Twitter, dan Instagram. Alat analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Model-Partial Least Square* (SEM-PLS). Sampel yang diperoleh berasal dari jawaban 250 responden dengan kriteria sedang menggunakan dan pernah menggunakan produk The Body Shop dalam kurun waktu satu tahun terakhir.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keseluruhan hipotesis ini signifikan dan semua variabel menunjukkan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk hijau.

Kata Kunci : dukungan terhadap pelestarian lingkungan, tanggung jawab terhadap lingkungan, pengalaman dalam penggunaan produk hijau, persepsi terhadap perusahaan hijau, daya dukung sosial, dan keputusan pembelian produk hijau.



ABSTRACT

This study aimed to analyze the purchasing decision of green products that are influenced by customer's support for environmental sustainability, drive for environmental responsibility, experience in consuming green products, perceptions of environment-friendly enterprises, and social appeal in Indonesia. This study aimed to examine the effect of these five key factors (variables) on green product purchase decisions.

This study uses a purposive sampling method by distributing online questionnaires through social media such as Line, Whatsapp, Twitter, and Instagram. The analytical tool used in this study is Structural Equation Model-Partial Least Square (SEM-PLS). The samples obtained from 250 respondents which currently using and/or had used The Body Shop's product in the last one year.

The result of this study showed that all the hypothesis is significant and the five key factors are showing positive influences on the green product purchase decisions.

Keywords: *support for environmental sustainability, drive for environmental responsibility, experience in consuming green products, perceptions of environment-friendly enterprises, social appeal and green product purchase decisions.*