

ABSTRAK

PENGARUH KEMASAN HIJAU TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN HIJAU MELALUI SIKAP LINGKUNGAN DENGAN PENGETAHUAN LINGKUNGAN TERKAIT TINDAKAN SEBAGAI MODERASI PADA GENERASI Z

(Kasus Pada Konsumen perawatan rumah dan pribadi PT. Unilever Tbk.)

Oleh :

Yudha Eka Pranantaka

NIM. 193402032

Dibawah Bimbingan:

R. Lucky Radi Rinandiyana

Adhitya Rahmat Taufiq

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui besarnya pengaruh kemasan hijau terhadap perilaku pembelian hijau melalui sikap lingkungan dengan pengetahuan lingkungan terkait Tindakan pada konsumen generasi z dengan produk perawatan rumah dan pribadi dari PT unilever Tbk. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Jenis data yang digunakan merupakan data primer. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 255 responden, dengan teknik *sampling* menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) serta diolah menggunakan *software* AMOS 24. Hasil analisis menunjukkan bahwa: (1) kemasan hijau berpengaruh positif terhadap sikap lingkungan, (2) sikap lingkungan berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian hijau (3) sikap lingkungan memediasi hubungan antara produk hijau dengan perilaku pembelian hijau (4) pengetahuan lingkungan terkait tindakan tidak dapat memoderasi hubungan antara kemasan hijau dengan sikap lingkungan.

Kata Kunci : kemasan hijau, pengetahuan lingkungan terkait tindakan, sikap lingkungan dan perilaku pembelian hijau