

ABSTRAK

Sampah plastik merupakan sebuah permasalahan yang serius, karena sampah plastik merupakan sampah yang sangat sulit untuk terurai. Indonesia merupakan Negara penyumbang sampah plastik peringkat kedua di Dunia. Jumlah sampah terbesar di Indonesia nomor dua adalah sampah plastik, Dari 67 sampai 68 juta ton sampah di Indonesia sebanyak 14% nya merupakan sampah plastik, salah satunya adalah sampah sedotan plastik. Yang mana masih sangat kurangnya kesadaran masyarakat akan lingkungan sekitar dan sikap masyarakat yang acuh. Berdasarkan permasalahan sampah plastik tersebut, banyak restoran-restoran cepat saji yang memulai pemasaran hijau untuk mengurangi sampah plastik, salah satunya KFC. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *green marketing* terhadap *buying decision* dengan memperhatikan *consumer awareness*, *consumer behavior*, dan *purchase intention*. Subjek pada penelitian ini adalah konsumen yang telah mengkonsumsi *Kentucky Fried Chicken* (KFC) di Jakarta Selatan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 290 responden. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan metode *convenience sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data SEM dan pengolahan data menggunakan Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan *consumer behavior* atau perilaku konsumen memiliki pengaruh yang paling signifikan terhadap *green marketing* atau pemasaran hijau dibandingkan dengan *consumer behavior* atau perilaku konsumen dan *purchase intention* atau minat beli yang meningkatkan *buying decision* atau keputusan pembelian. Dengan demikian, untuk menangani permasalahan sampah plastik tersebut dengan meningkatkan kesadaran dan meningkatkan sikap kepedulian lingkungan konsumen dengan sebuah kegiatan pemasaran hijau yang tidak akan mengurangi minat beli konsumen sehingga tetap terlaksananya tahap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Green Marketing, Buying Decision, Consumer Awareness, Consumer Behavior, Purchase Intention.*

ABSTRACT

Plastic waste is a serious problem, because plastic waste is very difficult to decompose. Indonesia is the second largest contributor to plastic waste in the world. The second largest amount of rubbish in Indonesia is plastic waste. From 67 to 68 million tons of garbage in Indonesia, 14% is plastic waste, one of which is plastic straw waste. Which is still very lack of public awareness of the surrounding environment and community attitudes that are indifferent. Based on the plastic waste problem, many fast food restaurants are starting green marketing to reduce plastic waste, one of which is KFC. The purpose of this study is to determine the effect of green marketing on buying decisions by paying attention to consumer awareness, consumer behavior, and purchase intentions. The subjects in this study were consumers who had consumed Kentucky Fried Chicken (KFC) in South Jakarta. The sample used in this study was 290 respondents. The sampling method is done by convenience sampling method. This study uses SEM data analysis techniques and data processing using Partial Least Square (PLS). The results of this study indicate consumer behavior has the most significant influence on green marketing or green marketing compared to consumer behavior or consumer behavior and purchase intentions that increase buying decisions. Thus, to deal with the problem of plastic waste by raising awareness and increasing the attitudes of consumers' environmental awareness with a green marketing activity that will not reduce consumer buying interest so that the purchasing decision stage remains.

Keyword: *Green Marketing, Buying Decision, Consumer Awareness, Consumer Behavior, Purchase Intention.*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA