

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine and explain the influence of environmental consciousness, environmental concern, and environmental knowledge on green purchase intentions with attitude as a moderating variable. This type of research is a quantitative approach. The sample used was 160 visitors to the Bintaro Jaya housing at the marketing gallery office. The sampling technique used was purposive sampling. The data collection method used is an online questionnaire. Data processing using SmartPLS 3.0. The results of this research indicate that: 1) Environmental consciousness had a significant positive effect on attitudes, 2) Environmental concern had a positive and insignificant effect on attitudes, 3) Environmental knowledge is proven to had a significant positive effect on attitudes, 4) Attitude had a significant positive effect on the purchase intention of eco-friendly home products, 5) Environmental consciousness is proven to had a significant positive effect on the purchase intention of eco-friendly home products, 6) Environmental concern had a significant positive effect on the purchase intention eco-friendly home products, 7) Environmental knowledge had a positive and insignificant effect on the purchase intention eco-friendly home products, 8) Mediation effect attitude had a significant positive effect on environmental consciousness on purchase intention for eco-friendly home products, 9) Mediation effect attitude had a positive and insignificant effect on environmental concern on purchase intentions for eco-friendly home products, 10) Mediation effect attitude had a significant positive effect on environmental knowledge on purchase intention for eco-friendly home products.*

**Keywords:** *environmental consciousness, environmental concern, environmental knowledge, attitude, and green purchase intention.*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kesadaran lingkungan, kepedulian lingkungan, dan pengetahuan lingkungan pada niat beli hijau dengan sikap sebagai variable moderasi. Jenis penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan adalah pengunjung perumahan Bintaro Jaya dikantor *marketing gallery* sebanyak 160 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner online. Pengolahan data menggunakan SmartPLS 3.0 Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Kesadaran Lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap Sikap, 2) Kepedulian Lingkungan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Sikap, 3) Pengetahuan Lingkungan terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap Sikap, 4) Sikap berpengaruh positif signifikan terhadap Niat Beli Produk Rumah Ramah Lingkungan, 5) Kesadaran Lingkungan terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap Niat Beli Produk Rumah Ramah Lingkungan, 6) Kepedulian Lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap Niat Beli Produk Rumah Ramah Lingkungan, 7) Pengetahuan Lingkungan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Niat Beli Produk Rumah Ramah Lingkungan, 8) Efek Mediasi Sikap berpengaruh positif signifikan pada Kesadaran Lingkungan terhadap Niat Beli Produk Rumah Ramah Lingkungan, 9) Efek Mediasi Sikap berpengaruh positif dan tidak signifikan pada Kepedulian Lingkungan terhadap Niat Beli Produk Rumah Ramah Lingkungan, 10) Efek Mediasi Sikap berpengaruh positif dan signifikan pada Pengetahuan Lingkungan terhadap Niat Beli Produk Rumah Ramah Lingkungan.

**Kata Kunci:** *Environmental Consciousness, Environmental Concern, Environmental Knowledge, Attitude, dan Green Purchase Intention.*