

ABSTRAK

Perkembangan ekonomi global yang tidak berkelanjutan dapat membawa dampak negative terhadap lingkungan dan kualitas hidup manusia. Pertumbuhan ekonomi yang tidak seimbang dapat menyebabkan penurunan sumber daya alam. Tentunya hal ini menjadi dampak buruk pada Kesehatan manusia dan lingkungan. Kerusakan lingkungan dan buruknya kualitas hidup manusia mempengaruhi pertumbuhan ekonomi dalam jangka Panjang. Maka dengan itu diperlukannya sebuah peran dalam salah satu kelompok Masyarakat yang dapat berpartisipasi untuk turut mendukung dalam mengatasi ketidak seimbangan ekonomi dan kualitas lingkungan hidup ini ialah generasi Z. Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh *Trust in Sustainable Producers*, *Corporate Social Responsibility*, dan *Green Marketing Awareness* terhadap niat beli generasi Z pada produk ramah lingkungan *Qyos Refill Station*. Subjek dalam penelitian ini ialah Generasi Z yang peduli terkait isu lingkungan hidup, sampel dalam penelitian ini adalah 170 responden pada Generasi Z yang memiliki rentang usia 17 sampai dengan 27 tahun wilayah Jakarta. Metode penarikan sample menggunakan *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data diperoleh melalui kuesioner. Metode analisis dan uji hipotesis data tersebut dilakukan dengan menggunakan *SmartPLS 3.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Trust in Sustainable Producers* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli, *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli. *Green Marketing Awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli.

Kata kunci: *Trust in sustainable producers*, *Corporate Social Responsibility*, *Green Marketing Awareness*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

Unsustainable global economic development can have a negative impact on the environment and human quality of life. Unbalanced economic growth can cause a decline in natural resources. Of course, this has a negative impact on human health and the environment. Environmental damage and poor quality of human life affect economic growth in the long term. Therefore, there is a need for a role in one of the community groups that can participate in supporting the overcoming of economic imbalance an environmental quality, namely Generation Z. This research aims to examine the influence of Trusr in Sustainable Producers, Corporate Social Responsibility, and Green Marketing Awareness. On generation Z purchasing intentions for environmentally friendly product, Qyos Refill Station. The subjects in this research are Generation Z who care about environmental issues. The sample in this study was 170 respondents in generation Z who had an age range of 17 to 27 years in the Jakarta area. The sampling method uses nonprobability sampling using purposive sampling techniques. The data collection method was obtained through a questionnaire. The data analysis and hypothesis testing methong was carried out using SmartPLS 3.0. Trust in Sustainable Producers has a positive and significant on Purchase Intentions, Corporate Social Responsibility has a positive and significant on Purchase Intentions, Green Marketing Awareness has a positive and significant on Purchase Intention.

Keywords: Trust in sustainable producers, Corporate Social Responsibility, Green Marketing Awareness

UNIVERSITAS
MERCU BUANA