

## ABSTRAK

Penelitian ini di latar belakang oleh terjadinya isu kerusakan lingkungan akibat sampah pakaian yang menumpuk, hal tersebut menjadikan pentingnya perhatian terhadap bisnis yang mengutamakan lingkungan dan keberlanjutan yang harus ditingkatkan dalam perekonomian saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Produk Hijau, Persepsi Harga, Sikap Lingkungan terhadap Minat Beli produk pakaian Senaleen. Populasi dalam penelitian ini adalah followers Instagram Senaleen, sampel yang digunakan adalah 135 followers usia 17-50 tahun yang memiliki kepedulian terhadap lingkungan dan mengetahui brand Senaleen. Sampel tersebut dihitung menggunakan rumus Hair. Metode penarikan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrumen penelitian berupa kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Square*. Penelitian ini membuktikan bahwa Produk Hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Sikap Lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli.

Kata Kunci: Produk Hijau, Persepsi Harga, Sikap Lingkungan, Minat Beli



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## ABSTRACT

*This study is in the background of the issue of environmental damage caused by clothing garbage accumulation, which highlights the importance of focusing on businesses that prioritize the environment and sustainability, which need to be enhanced in today's economy. This study aims to analyze the effect of Green Products, Price Perceptions, Environmental Attitudes on Buying Interests of Senaleen clothing products. The population in this study were Senaleen Instagram followers, the sample used was 135 followers aged 17-50 years who are concerned about the environment and know the Senaleen brand. The sample is calculated using the Hair formula. Sampling method using Purposive Sampling. The data collection method uses a survey method, with a research instrument in the form of a questionnaire. The data analysis method used is Partial Least Square. According to this, Green Products have a positive and significant effect on Purchase Intention. Price Perception has a positive and significant effect on Purchase Intention. Environmental Attitudes do not have a significant effect on Purchase Intention.*

*Key Word : Green Product, Perceived Price, Environmental Attitude, Purchase Intention*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA