

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh Produk Hijau, Kepedulian Lingkungan, dan Kepercayaan Hijau terhadap Minat Beli Hijau Tupperware (Studi pada Masyarakat Ciledug). Populasi dalam penelitian ini merupakan masyarakat yang berdomisili di Ciledug dan sampel yang digunakan sebanyak 135 responden dengan menggunakan teknik metode *Purposive Sampling*. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif kemudian metode analisis yang digunakan yaitu *Partial Least Square (PLS)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Produk Hijau dan Kepedulian lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Hijau, sedangkan variabel Kepercayaan Hijau berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Minat Beli Hijau.

Kata Kunci: Produk Hijau, Kepedulian Lingkungan, Kepercayaan Hijau, Minat Beli Hijau.



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Green Products, Environmental Concern, and Green Trust on Tupperware's Green Purchase Intention (Study on Ciledug Society). The population in this study was a community domiciled in Ciledug and the sample used was 135 respondents using the Purposive Sampling method technique. This research uses a type of quantitative research then the analysis method used is Partial Least Square (PLS). The results showed that the variables Green Product and Environmental Concern had a positive and significant effect on Green Purchase Intention, while the Green Trust variable had a positive but not significant effect on Green Purchase Intention.

Keywords: Green Products, Environmental Concern, Green Trust, Green Purchase Intention.

