

PENGARUH *GREEN PERCEIVED VALUE* DAN *GREEN PERCEIVED RISK* TERHADAP *GREEN PURCHASE INTENTION* MELALUI *GREEN TRUST* PADA KONSUMEN PEMBALUT KAIN SAKINA DI KOTA YOGYAKARTA

AIDA FITRIANA
141140116

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengaruh *green perceived value* dan *green perceived risk* terhadap *green purchase intention* melalui *green trust* pada konsumen pembalut kain sakina di Kota Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan teknik *incidental sampling* dan kuesioner yang disebarakan sebanyak 115 kuesioner dan hanya 93 sampel yang dapat diolah. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis smartPLS, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *green perceived value* berpengaruh positif signifikan terhadap *green trust*, *green perceived risk* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap *green trust*, *green trust* berpengaruh positif signifikan terhadap *green purchase intention*, *green perceived value* berpengaruh positif signifikan terhadap *green purchase intention*, *green perceived risk* berpengaruh negatif signifikan terhadap *green purchase intention*, *green perceived value* secara tidak langsung berpengaruh positif signifikan terhadap *green purchase intention*, dan *green perceived risk* secara tidak langsung berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap *green purchase intention*.

Kata kunci: *green perceived value*, *green perceived risk*, *green purchase intention*, dan *green trust*.