ABSTRAK

Indah Theresia Margaretha: Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta, 14 September 2018. Pengaruh *Eco Label*, Iklan Hijau, Pengaruh Sosial, Pengetahaun Lingkungan, Kepedulian Lingkungan Terhadap Perilaku Pembelian Hijau Dengan Sikap Sebagai Mediator Di Daerah Istimewa Yogyakarta. Pembimbing I: Dr. Haddy Suprapto dan Pembimbing II: Dr. Heru Tri Sutiono, M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh e*co label*, iklan hijau, pengaruh sosial, pengetahaun lingkungan, kepedulian lingkungan terhadap perilaku pembelian hijau dengan sikap sebagai mediator. Penelitian ini di lakukan di Daerah Istimewa Yogyakarta dimulai pada bulan Maret 2018. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala likert, dimana responden dalam penelitian ini berjumlah 196 responden. Metode analisis data meliputi analisis deskriptif, dan analisis kuantitatif dengan teknik analisis *structural equation model* (*SEM*) dengan menggunakan AMOS 20.

Temuan penelitian ini, yaitu: 1). *Eco Label* memiliki pengaruh positif terhadap perilaku pembelian hijau 2). Iklan Hijau memiliki pengaruh positif terhadap perilaku pembelian hijau 3). Pengaruh Sosial memiliki pengaruh positif terhadap perilaku pembelian hijau 4). Pengetahuan Lingkungan dan Kepedulian Lingkungan memiliki pengaruh positif terhadap perilaku pembelian hijau. Terdapat pengaruh positif Pengetahuan Lingkungan dan Kepedulian Lingkungan terhadap perilaku pembelian hijau pengaruhnya akan lebih besar apabila dimediasi oleh sikap.

Kata kunci : *eco label*, iklan hijau, pengaruh sosial, pengetahuan lingkungan, kepedulian lingkungan, sikap, perilaku pembelian hijau.