

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN HIJAU TERHADAP
NIAT PEMBELIAN HIJAU PADA PRODUK TUPPERWARE
DI KECAMATAN DEPOK, SLEMAN**

LATIFAH USWATUN KHASANAH
NIM. 141150242

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta
(latifahdiafakhri@gmail.com)

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran hijau terhadap niat pembelian hijau pada produk tupperware. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini yaitu sebagian mahasiswa di Kecamatan Depok, Sleman yang memiliki niat pembelian produk hijau berupa produk tupperware dengan jumlah sebanyak 150 responden. Uji instrumen dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk pengujian hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bauran pemasaran hijau secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian hijau, produk hijau berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian hijau, harga hijau berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian hijau, promosi hijau berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian hijau dan tempat hijau berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian hijau.

Kata kunci : bauran pemasaran hijau, niat pembelian hijau