

**PENGARUH PEMOSISIAN MEREK, SIKAP TERHADAP MEREK HIJAU, PENGETAHUAN MEREK HIJAU, DAN NILAI KONSUMSI TERHADAP NIAT PEMBELIAN PRODUK HIJAU PADA PRODUK THE BODY SHOP**  
**(Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta)**

ANDHIKA FITRIA PERMATASARI

NIM. 141150244

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

[\(fitriaandhika10@yahoo.com\)](mailto:fitriaandhika10@yahoo.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemosisian merek hijau, sikap terhadap merek hijau, pengetahuan merek hijau, dan nilai konsumsi hijau terhadap niat pembelian produk hijau pada produk the body shop. 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 Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta dengan jumlah 150 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dan uji hipotesis menggunakan uji F secara simultan dan uji t secara parsial. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa variabel pemosisian merek hijau, sikap terhadap merek hijau, pengetahuan merek hijau, dan nilai konsumsi hijau berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap niat pembelian produk hijau pada tingkat signifikansi  $0.000 < 0.05$ . Kemudian secara parsial, keempat variabel independen yang terdiri dari pemosisian merek hijau, sikap terhadap merek hijau, pengetahuan merek hijau, dan nilai konsumsi hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian produk hijau.

**Kata Kunci : pemosisian merek hijau, sikap terhadap merek hijau, pengetahuan merek hijau, nilai konsumsi hijau, niat pembelian produk hijau.**