

ABSTRAK

PENGARUH *GREEN PERCEIVED VALUE*, *GREEN PERCEIVED RISK* MELALUI *GREEN TRUST* TERHADAP *GREEN PURCHASE INTENTION*

(Survei pada Konsumen *Sayuran Organik* di Kota Semarang)

RIZAM FAJAR MAULANA

NIM. 141160247

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

rizamfajar@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Green perceived value*, *Green perceived risk* melalui *Green trust* terhadap *Green purchase intention* pada konsumen *Sayuran organik* di Kota Semarang. Variabel Independen yang digunakan adalah *Green perceived value* dan *Green perceived risk*. Variabel dependen yang digunakan adalah *Green purchase intention*. *Green trust* adalah variabel mediasi. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen sayuran organik di kota semarang dan sampel dalam penelitian ini adalah sebagian konsumen sayuran organik di kota semarang serta jumlah responden sebesar 100 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Partial Least Square.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Green perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Green trust*. *Green perceived risk* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Green trust*. *Green trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Green purchase intention*. *Green perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Green purchase intention*. *Green perceived risk* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Green purchase intention*. *Green perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Green purchase intention* melalui *Green trust*. *Green perceived risk* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Green purchase intention* melalui *Green trust*.

Kata kunci: *Green perceived value*, *Green perceived risk*, *Green trust*, *Green purchase intention*, *Sayuran organik*