

**PENGARUH *ENVIRONMENTAL CONCERN*, *GREEN ADVERTISING*,
DAN *GREEN TRUST* TERHADAP *GREEN PURCHASE INTENTION*
PRODUK LOVE, BEAUTY AND PLANET
(Survei pada Konsumen Mahasiswa Universitas Negeri di Kabupaten
Sleman)**

BUNGA NIRAMAYA KANDINISYA WIDODO

NIM 141180207

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

bungankwidodo@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Environmental Concern*, *Green Advertising*, *Green Trust* terhadap *Green Purchase Intention*. Penelitian ini merupakan penelitian survei, dengan alat pengumpulan data berupa kuesioner. Populasi dan sample dalam penelitian ini 126 konsumen mahasiswa universitas negeri aktif di Kabupaten Sleman, menggunakan data primer dengan metode *purposive sampling*. Kriteria responden dalam penelitian ini konsumen memiliki niat untuk membeli produk Love, Beauty and Planet, konsumen memiliki *environmental concern* terkait masalah lingkungan di sekitar yang diakibatkan oleh perubahan iklim, konsumen pernah mengalami masalah seperti merasa *green advertising* yang dilakukan oleh Love, Beauty and Planet mengandung klaim ramah lingkungan yang ambigu, dan konsumen pernah memiliki masalah terkait *green trust* seperti merek Love, Beauty and Planet berada dalam naungan Unilever yang bernetabene sebagai perusahaan pencemar lingkungan. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa: 1) Secara bersama-sama *environmental concern*, *green advertising*, dan *green trust* mempunyai pengaruh signifikan terhadap *green purchase intention*, 2) *Environmental concern* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *green purchase intention*, 3) *Green advertising* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *green purchase intention*, 4) *Green trust* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *green purchase intention*.

Kata Kunci: *Environmental Concern*, *Green Advertising*, *Green Trust*, *Green Purchase Intention*