

**PENGARUH GREEN MARKETING, CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY DAN, ENVIRONMENTAL CONCERN TERHADAP
GREEN PURCHASE INTENTION PADA PRODUK AVOSKIN**

(Survei Pada Konsumen Produk Avoskin di Kabupaten Sleman)

RAVENA SYAHGITA ELMAWADAH

NIM. 141200172

Program Studi Manajemen Fakultas dan Bisnis

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

sgtravena04@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *green marketing, corporate social responsibility, environmental concern* terhadap *green purchase intention* produk Avoskin pada konsumen produk Avoskin di Kabupaten Sleman. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen produk Avoskin di Kabupaten Sleman. Metode penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 116 responden. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner *online*. Teknik analisis data menggunakan metode Regresi Linier Berganda dengan melalui *software SPSS 23*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) *Green marketing, corporate social responsibility, dan environmental concern* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *green purchase intention*, 2) *Green marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *green purchase intention*, 3) *Corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *green purchase intention*, 4) *Environmental concern* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *green purchase intention*.

Kata Kunci : *Green Marketing, Corporate Social Responsibility, Environmental Concern, Green Purchase Intention*