

PENGARUH *ATTITUDE TOWARD GREEN PRODUCT*, *ENVIRONMENTAL CONCERN*, DAN *PERCEIVED CONSUMER EFFECTIVENESS* TERHADAP *GREEN PURCHASE INTENTION* PADA PRODUK *SMARTPHONE* MEREK SAMSUNG PADA MAHASISWA DI PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

ILHAM NUR SAPUTRA
NIM. 141180082

**Mahasiswa Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Yogyakarta**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh sikap produk hijau, kepedulian lingkungan, dan efektivitas yang dirasakan terhadap niat beli hijau. Fenomena yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini adalah isu lingkungan Indonesia yang berdasarkan data IKLH tahun 2021. Metode pengolahan data dan analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti untuk jumlahnya. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan *purposive sampling* dan rumus Cochran untuk menentukan batas minimal sampel penelitian. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang menggunakan *SPSS Statistics*. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa: sikap produk hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli hijau, kepedulian lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli hijau, efektivitas yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli hijau, serta sikap produk hijau, kepedulian lingkungan, dan efektivitas yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli hijau. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada perkembangan ilmu Manajemen Pemasaran khususnya pada penelitian tentang pemasaran hijau.

Kata Kunci: Sikap Produk Hijau, Kepedulian Lingkungan, Efektivitas Yang Dirasakan, Niat Beli Hijau