

**ABSTRAK**  
**ANALISIS PENGARUH ATTITUDE, E-WOM, DAN PERCEIVED  
BEHAVIORAL CONTROL DALAM MEMBENTUK GREEN PURCHASE  
INTENTION PRODUK TUPPERWARE PADA GENERASI Z**

**(Survei pada Mahasiswa di Yogyakarta)**

**ALMER AL FIRDAUSY**

**NIM. 141200200**

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

[almeralf71@gmail.com](mailto:almeralf71@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Attitude*, *E-WOM*, dan *Perceived Behavioral Control* terhadap *Green Purchase Intention* pada Generasi Z. Penelitian ini merupakan penelitian survei dengan menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa kelahiran 1997-2012 berdomisili di Yogyakarta yang tertarik dengan Tupperware sebagai *green product*. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden dengan menggunakan metode purposive sampling. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis Regresi Linear Berganda melalui software SPSS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) *Attitude*, *E-WOM*, dan *Perceived Behavioral Control* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *Green Purchase Intention*, 2) *Attitude* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Green Purchase Intention*, 3) *E-WOM* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Green Purchase Intention*, 4) *Perceived Behavioral Control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Green Purchase Intention*

Kata kunci: E-WOM, Attitude, Perceived Behavioral Control, Green Purchase Intention