

PENGARUH *GREENWASHING PERCEPTION* TERHADAP *GREEN PURCHASE INTENTION* DIMEDIASI *PERCEIVED BETRAYAL* DAN *BRAND IMAGE* DAN DIMODERASI *ENVIRONMENTAL RESPONSIBILITY*

(SURVEI PADA PRODUK SAMSUNG GALAXY SERI S DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA)

Yusuf Nurdiansah

NIM.141210092

E-mail : 141210092@student.upnyk.ac.id

Dosen Pembimbing :

Surpiko Hapsoro Darpito, S.E., M.Si.

ABSTRAK

Penelitian ini membahas pengaruh *greenwashing perception* terhadap *green purchase intention* pada konsumen Samsung galaxy seri S di Daerah Istimewa Yogyakarta, dengan peran *perceived betrayal* dan *brand image* sebagai variabel mediasi serta *environmental responsibility* sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui survei kuesioner. Jumlah sampel sebanyak 130 responden dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *greenwashing perception* memiliki pengaruh signifikan terhadap *perceived betrayal* dan *brand image*. *Perceived betrayal* dan *brand image* secara signifikan memengaruhi *green purchase intention*, dengan *brand image* dan *perceived betrayal* berperan sebagai mediator yang menguatkan hubungan antara *greenwashing perception* dan *green purchase intention*. Selain itu, *environmental responsibility* ditemukan memoderasi hubungan antara *greenwashing perception* dan *green purchase intention*.

Kata kunci: *greenwashing perception*, *green purchase intention*, *perceived betrayal*, *brand image*, *environmental responsibility*.