

ABSTRAK

Berbagai problematika lingkungan hidup belakangan makin sering menjadi pembahasan sebagai bentuk kesadaran betapa pentingnya alam sekitar bagi kehidupan kita. Selama beberapa tahun terakhir, lingkungan hidup telah mencerminkan dukungan konsumen terhadap konsumsi berkelanjutan. Ketika konsumen menjadi sadar akan masalah lingkungan yang berkaitan dengan konsumsi mereka terkait masalah lingkungan, konsumen berusaha untuk membeli produk-produk yang ramah lingkungan untuk kepentingan generasi mendatang. Perubahan perilaku konsumen yang mendukung produk ramah lingkungan dan berkelanjutan juga terjadi di Indonesia. diketahui bahwa tingkat persetujuan konsumen Indonesia terhadap konsumsi produk berkelanjutan mencapai skor 6,54 (skala 10). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel *Environmental Concern*, *Attitude*, *Subjective Norm*, *Perceived Behavior Control*, *Green Purchase Intention* terhadap *Green Cosmetic* di Indonesia.

Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli dan menggunakan produk kosmetik hijau di Indonesia dengan jumlah total sampel sebanyak 300 responden. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling* dan diolah menggunakan *software SmartPLS* versi 3.9.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan pada *environmental concern* terhadap *attitude*, terdapat pengaruh signifikan pada *environmental concern* terhadap *subjective norm*, terdapat pengaruh signifikan pada *environmental concern* terhadap *perceived behavior control*, terdapat pengaruh signifikan pada *environmental concern* terhadap *green purchase intention*, terdapat pengaruh signifikan pada *attitude* terhadap *green purchase intention*, terdapat pengaruh signifikan pada *subjective norm* terhadap *green purchase intention*, terdapat pengaruh signifikan pada *perceived behavior concern* terhadap *green purchase intention*, terdapat pengaruh signifikan pada *environmental concern* terhadap *green purchase intention* melalui *attitude*, terdapat pengaruh signifikan pada *environmental concern* terhadap *green purchase intention* melalui *subjective norm*, terdapat pengaruh signifikan pada *environmental concern* terhadap *green purchase intention* melalui *perceived behavior control*.

Kata Kunci: *Environmental Concern*, *Attitude*, *Subjective Norm*, *Perceived Behavior Control*, *Green Purchase Intention*