

ABSTRAK

Penumpukan sampah memberikan dampak negatif terhadap ekosistem seperti mencemari air, tanah, dan udara. Data menunjukkan bahwa dari total produksi sampah nasional terdapat 35,67%, atau 11,3 juta ton sampah yang masih tidak terkelola dengan baik. Beralihnya ke produk yang lebih ramah lingkungan merupakan salah satu solusi penting untuk masalah pengurangan penumpukan sampah khususnya sampah plastik. Meskipun sudah memiliki komitmen untuk menerapkan penggunaan produk ramah lingkungan sebagai bagian dari *green supply chain management*, masih belum jelas sejauh mana upaya tersebut dapat mempengaruhi niat perilaku dari pelanggan.

Penelitian ini menggunakan beberapa teori untuk mendukung analisis yaitu manajemen operasi, *supply chain management*, *green supply chain management*, *customer relationship management* dan *behavioural intention*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan seberapa besar hubungan penerapan *green supply chain management* dan *behavioural intention* (*repurchase intention*, *willingness to pay* dan *word of mouth*) dan apakah kepuasan pelanggan menjadi faktor penting dalam memperkuat hubungan tersebut.

Sektor transportasi kereta api PT Kereta Api Indonesia menjadi objek penelitian ini. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan teknik pengambilan data primer dengan menyebarkan kuesioner secara online terhadap 400 responden pelanggan PT Kereta Api Indonesia. Pengolahan data dan analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode PLS-SEM dan menggunakan *software* SmartPLS 4.

Berdasarkan hasil analisis yang sudah dilakukan menemukan bahwa *green supply chain management* memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan *willingness to pay*, kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan *repurchase intention*, kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan *word of mouth*, *green supply chain management* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to pay*, *repurchase intention*, dan *word of mouth*, kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara *green supply chain management* dan *willingness to pay*, *repurchase intention*, dan *word of mouth*.

Hasil penelitian yang telah dilakukan, diharapkan dapat membantu mengevaluasi penerapan *green supply chain management* pada PT Kereta Api Indonesia. Penelitian ini memberikan beberapa rekomendasi untuk meningkatkan nilai emosional dan fungsional dalam praktik berkelanjutan yang ditawarkan. Selain itu diharapkan PT Kereta Api Indonesia dapat mempertahankan dan terus berinovasi dalam hal keberlanjutan.

Kata Kunci: *Behavioural intention*, Kepuasan pelanggan, Manajemen rantai pasokan ramah lingkungan, *Repurchase intention*, *Willingness to pay*, *Word of mouth*