

ABSTRAK

Industri ritel menjadi sektor yang sangat kompetitif di era globalisasi, dipengaruhi oleh perubahan perilaku konsumen dan perkembangan teknologi. IKEA, sebagai ritel furnitur terkemuka di Indonesia, tidak hanya dikenal karena desain produknya yang fungsional dan terjangkau, tetapi juga karena komitmennya terhadap keberlanjutan lingkungan melalui praktik *Green Supply Chain Management* (GSCM). Namun, meskipun berbagai upaya keberlanjutan telah dilakukan, banyak konsumen masih memprioritaskan harga dan desain produk dibandingkan aspek keberlanjutan, sehingga menjadi tantangan bagi perusahaan dalam meningkatkan kesadaran konsumen terhadap pentingnya praktik hijau.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara praktik GSCM IKEA dan *behavioural intentions* pelanggan, seperti *willingness to pay*, *revisit intention*, dan *word of mouth*, dengan menempatkan kepuasan pelanggan sebagai mediator. Studi ini memilih IKEA Kota Baru Parahyangan sebagai objek penelitian karena respons positif masyarakat Bandung terhadap keberadaannya, sekaligus untuk memahami dinamika penerapan praktik keberlanjutan dan perilaku pelanggan di lokasi tersebut. Penelitian ini didasarkan pada studi-studi sebelumnya yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dapat menjadi faktor kunci dalam menghubungkan praktik keberlanjutan dengan loyalitas pelanggan.

Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis data melalui SPSS dan SEM-PLS. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang mengukur elemen-elemen GSCM serta indikator *behavioural intentions* pelanggan. Analisis mencakup pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel dengan mempertimbangkan peran kepuasan pelanggan sebagai mediator. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan rekomendasi strategis bagi IKEA dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan melalui praktik keberlanjutan yang lebih efektif, serta memberikan kontribusi pada literatur GSCM di sektor ritel Indonesia, khususnya dalam konteks konsumen lokal.

Kata Kunci: rekomendasi konsumen, kepuasan pelanggan, kesediaan untuk membayar, manajemen rantai pasok hijau, niat berperilaku, niat untuk kembali.