

ABSTRAK

Judul : Membangun Minat Beli Produk Hijau melalui Produk Hijau dan Citra Merek Hijau: Studi pada Produk Perawatan Kecantikan

Nama : Jessy Wijaya Kusuma

Program Studi : Manajemen

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh produk hijau dan citra merek hijau terhadap minat beli produk hijau pada produk kecantikan. Data yang digunakan adalah data primer dengan kuesioner yang dikumpulkan dari 120 responden di Jabodetabek. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode non probability sampling dengan teknik purposive sampling dengan kriteria sampel adalah perempuan berusia mulai dari 18 tahun, mengetahui dan menyukai produk perawatan kecantikan yang berhubungan dengan produk hijau. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk hijau dan citra merek hijau akan bersama-sama mempengaruhi minat beli produk hijau dalam upaya pemasaran hijau. Sementara itu, hubungan antara produk hijau dan minat beli produk hijau perlu dimediasi oleh citra merek hijau. Hal ini memberikan masukan kepada produsen produk hijau khususnya pada industri perawatan kecantikan bahwa citra merek hijau menjadi hal yang penting dan krusial untuk menarik perhatian konsumen dalam rangka meningkatkan minat beli calon konsumen terhadap produk hijau.

Kata Kunci: produk hijau, citra merek hijau, minat beli produk hijau

ABSTRACT

Title : Develop Green Purchase Intention through Green Product and Green Brand Image: A Study on Beauty Care Products

Name : Jessy Wijaya Kusuma

Study Program : S1 Management

This study aims to analyze the effect of green product and green brand image on green purchase intention in beauty products. The data used are primary data with a questionnaire collected from 120 respondents in Jabodetabek. The sampling technique used a non-probability sampling method with purposive sampling technique with the sample criteria being women aged 18 years, who know and like beauty care products related to the green product. The results show that green product and green brand image will jointly influence the green purchase intention in green marketing efforts. Meanwhile, the relationship between green product and green purchase intention needs to be mediated by a green brand image. This provides input to green product producers, especially in the beauty care industry, that green brand image is necessary and crucial to attract consumers' attention to increase potential consumers' green purchase intention.

Keyword: green product, green brand image, green purchase intention