

ABSTRAK

Graciela Oceania Wajong

(00000024050)

(xiii (halaman romawi) + 104 halaman; 7 gambar; 23 tabel)

“PENGARUH *GREEN BRAND AFFECT*, *GREEN BRAND ASSOCIATION*, DAN *GREEN BRAND ATTITUDE* TERHADAP *GREEN PURCHASE INTENTION* PADA INDUSTRI KOSMETIK DAN PERAWATAN TUBUH”

Penelitian ini dilakukangan dengan tujuan untuk menguji pengaruh *green brand effect*, *green brand association*, dan *green brand attitude* terhadap *green purchase*. Teknik pengambilan sample ditentukan sebagai *non-probability* sampling dengan *purposive sampling*. Sample yang digunakan sebanyak 109 responden yang merupakan pengguna produk kecantikan dan perawatan tubuh yang ramah lingkungan dengan konsentrasi di Jabodetabek, Manado dan sekitarnya. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner elektronik. Dalam melakukan pengujian, peneliti melakukan *outer model* dan *inner model*. Outer model dilakukan dengan pengujian reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Validitas konvergen dilakukan dengan melihat *cross loading* dan nilai AVE, sedangkan validitas diskriminan dilakukan dengan melihat *cross loading* dan nilai HTMT. *Inner model* dilakukan dengan nilai R-square, T-statistics, dan P-value. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Green brand affect* dan *green brand association* tidak berpengaruh secara langsung terhadap *Green Purchase Intention*, variable *Green Brand Association* dan *Green Brand Attitude*

Kata Kunci: *green marketing, green brand affect, green brand association, green brand attitude, green purchase intention*