

ABSTRAK

Dalam beberapa tahun terakhir, pemanasan global telah menjadi subjek kontroversi perbincangan, dan juga telah mengubah ritme iklim yang berpengaruh terhadap semua kehidupan di Bumi. Di Indonesia, pencemaran udara mulai meresahkan masyarakat sejak banyaknya pabrik yang membuang limbah sisa pembakaran ke udara sehingga akan berdampak terhadap pencemaran lingkungan. Berdasarkan fenomena tersebut, akan berdampak pada peningkatan jumlah perusahaan yang mengusung program “*Green Company*” di Indonesia yang bertujuan untuk mengurangi penggunaan energi maupun pengurangan limbah pabrik.

Dalam menerapkan konsep *green* (ramah lingkungan), perusahaan harus menumbuhkan rasa kepedulian konsumen terhadap lingkungan “*environment concern*” sehingga menimbulkan rasa percaya konsumen terhadap produk hijau “*green trust*” serta berdampak kepada minat konsumen untuk membeli produk hijau tersebut “*green purchase intention*”. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif kausal, dengan menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) menggunakan *software* SMART PLS 2.0. Adapun metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* dengan total 400 responden.

Hasil dari penelitian ini menyatakan besarnya kontribusi *Environment Concern* (X) berpengaruh secara total yang langsung mempengaruhi *Green Trust* (Y) adalah 64,82%. Sisanya sebesar 35,18% dipengaruhi faktor lain yang tidak terdapat dalam model penelitian ini. Kemudian besarnya kontribusi *Environment Concern* (X) dan *Green Trust* (Y) berpengaruh secara simultan yang langsung mempengaruhi *Green Purchase Intention* (Z) adalah 66,58%. Sisanya sebesar 33,42% dipengaruhi faktor lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kepedulian Lingkungan, Kepercayaan Konsumen Terhadap Produk *Green*, Minat Beli Produk *Green*.