

ABSTRAK

Semakin banyak penggunaan plastik yang menyebabkan banyaknya gundukan sampah khususnya Kota Bandung. Sehingga, Walikota Bandung tergerak untuk membuat kampanye yang bernama Kang Pisman. Semua kalangan masyarakat di Kota Bandung diharapkan dapat memahami dari Kampanye Kang Pisman yang menghimbau masyarakat untuk membeli dan menggunakan produk daur ulang agar dapat mengurangi permasalahan sampah di Kota Bandung.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Iklan Hijau dan Kepedulian Lingkungan melalui penerapan dari himbauan pengurangan sampah plastik pada Perilaku Pembelian Hijau melalui Kampanye Kang Pisman di Kota Bandung (Implementasi pada kantong belanja sendiri, peralatan makan, botol tumbler). Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dan regresi linier berganda. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden berdasarkan pengalaman masyarakat di Kota Bandung yang mengetahui dan sudah mengimplementasikan penggunaan produk hijau melalui Kampanye Kang Pisman untuk mengisi kuesioner penelitian. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan populasi yang mengetahui Kampanye Kang Pisman-nya berdomisili di Bandung.

Berdasarkan hasil Analisa Deskriptif, Iklan Hijau berada dalam kategori “Sangat Baik” dengan skor presentase 90,8%. Lalu, kepedulian lingkungan berada dalam kategori “Sangat Baik” dengan skor presentase 86,4%. Sedangkan perilaku pembelian hijau berada berada dalam kategori “Sangat Baik” dengan skor presentas 91,2%. Hasil pengujian dilakukan dengan uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji f). Berdasarkan hasil penelitian, Kampanye Kang Pisman harus melakukan improvisasi dalam mensosialisasikan Kampanye Kang Pisman dan sigap memberikan edukasi kepada masyarakat agar masyarakat dapat menyebarkan informasi dengan sukacita,

Kata Kunci: Iklan Hijau, Kepedulian Lingkungan, Perilaku Pembelian Hijau