

ABSTRAK

Perubahan iklim yang tidak terkendali yang terus mengancam kehidupan di bumi, bahkan perubahan iklim juga salah satu sumber penyebab permasalahan kulit yang semakin memburuk. Salah satu faktor yang mengakibatkan pemanasan global hingga saat ini masih menjadi tugas besar bagi bangsa Indonesia yaitu limbah sampah plastik. Di Indonesia sampah plastik masih menjadi isu lingkungan yang semakin banyak diperbincangkan oleh masyarakat dari berbagai sektor, termasuk juga di bidang kecantikan. Berdasarkan fenomena tersebut, akan berdampak pada peningkatan jumlah perusahaan yang membuat program “*Green Marketing*” di Indonesia yang memiliki tujuan untuk mengurangi penggunaan energi maupun pengurangan limbah sampah plastik dari sumbernya.

Dalam menerapkan konsep *green marketing*, perusahaan harus mampu mengembangkan produk yang ramah lingkungan (*green product*) sehingga dapat membangun pengetahuan konsumen mengenai ramah lingkungan (*green knowledge*) dan berdampak pada perilaku keputusan pembelian konsumen terhadap produk hijau tersebut. 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 3.0. Adapun metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* dengan total 400 responden.

Hasil dari penelitian ini menjurus pada tanggapan responden mengenai variabel *green product*, *green knowledge* dan keputusan pembelian yang termasuk kedalam kategori yang sangat baik. Hasil analisis dari SEM-PLS adalah *green product* dan *green knowledge* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian, serta *green product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh *green knowledge*.

Kata Kunci: Kepedulian Lingkungan, Produk Hijau, Pengetahuan Merk Hijau, Keputusan Pembelian.