

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar rumah tangga konsumen di Kota Surabaya terhadap produk hijau dan menganalisis nilai kesediaan membayarnya. Data primer dianalisis menggunakan analisis regresi logistik biner untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar dan analisis *contingent valuation method* (CVM) untuk mengetahui nilai kesediaan membayar produk hijau. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 91% rumah tangga konsumen bersedia membayar lebih terhadap produk hijau. Rata-rata maksimum kesediaan membayar (WTP) terhadap produk hijau berbeda-beda tergantung dengan jenis produk yang ditawarkan, dengan rata-rata maksimum WTP tertinggi untuk kantong belanja guna ulang sebesar Rp 49.700,00, peralatan sanitas menstruasi guna ulang sebesar Rp 25.654,00, sikat gigi ramah lingkungan sebesar Rp 16.005,00, dan rata-rata maksimum WTP terendah adalah produk sedotan guna ulang sebesar Rp 9.640,00. Faktor yang secara signifikan mempengaruhi kesediaan membayar produk hijau adalah persepsi mengenai produk hijau dan perilaku mempertimbangkan isu lingkungan dalam proses pembelian.

**Kata Kunci:** Kesediaan Membayar, *Contingent Valuation Method*, Produk Hijau.

## ABSTRACT

*This research aims to analyze the influencing factors toward willingness to pay (WTP) and the WTP value for green products of consumer households in Surabaya. The primary data were analyzed using binary logistic regression to determine the factors that influence WTP and contingent valuation method (CVM) to determine the value of consumer households' WTP for green product. The result showed that 91% consumer households are willing to pay higher for green product. The maximum average of willingness to pay for green product differs on the type of product. The reusable shopping bag has the highest maximum average which is Rp 49.700,00, followed by reusable menstrual hygiene product with Rp 25.654,00, the eco-friendly toothbrush with Rp 16.005,00, and the lowest is reusable straw with Rp 9.640,00. Factors that significantly influenced WTP for green product are perception toward green product's price and behavior of considering environmental issues in the buying process.*

**Keywords:** Willingness to Pay, *Contingent Valuation Method*, Green Product