

RINGKASAN

Penelitian berjudul “**Pengaruh Kepedulian Lingkungan Dan Pengetahuan Lingkungan Terhadap Niat Beli Produk Hijau Dengan Sikap Hijau Sebagai Variabel Mediasi**”. Penelitian ini merupakan survei pada masyarakat di Purwokerto, Kabupaten Banyumas.

Populasi dalam penelitian adalah masyarakat yang berdomisili di Purwokerto dan mengetahui produk AMDK galon merek Le Minerale. Sampel pada penelitian ini sebanyak 120 responden yang dipilih menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan menggunakan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) yang diolah dengan *software* SmartPLS menunjukkan hasil bahwa : (1) kepedulian lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli produk hijau, (2) pengetahuan lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli produk hijau, (3) kepedulian lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap hijau, (4) pengetahuan lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap hijau, (5) sikap hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli produk hijau, (6) sikap hijau dapat memediasi kepedulian lingkungan terhadap niat beli produk hijau secara signifikan, (7) sikap hijau dapat memediasi pengetahuan lingkungan terhadap niat beli produk hijau secara signifikan.

Kata kunci: Kepedulian Lingkungan, Pengetahuan Lingkungan, Sikap Hijau, Niat Beli Produk Hijau.

SUMMARY

The study entitled "The Effect Of Environmental Concern And Environmental Knowledge On Green Purchase Intention With Green Attitude As A Mediation Variable". This research is a survey of the community in Purwokerto, Banyumas Regency.

The population in this study is people who live in Purwokerto and know the product of gallon bottled drinking water from the Le Minerale brand. The sample in this study was 120 respondents who were selected using a non-probability sampling method with purposive sampling technique.

Based on research conducted using Structural Equation Modeling (SEM) analysis processed with SmartPLS software, the results show that: (1) environmental concern has a positive and significant effect on green purchase intention, (2) environmental knowledge has a positive and significant effect on green purchase intention, (3) environmental concern has a positive and significant effect on green attitude, (4) environmental knowledge has a positive and significant effect on green attitude, (5) green attitude has a positive and significant effect on green purchase intention, (6) green attitude can mediate environmental concern on green purchase intention significantly, (7) green attitude can significantly mediate environmental knowledge on green purchase intention.

Keywords: *Environmental Concern, Environmental Knowledge, Green Attitude, Green Purchase Intention.*