

ABSTRAK

Peningkatan permintaan masyarakat terhadap produk dan layanan telah membawa dampak signifikan terhadap lingkungan. Penelitian ini mengevaluasi berbagai dampak tersebut, Pertumbuhan populasi dan urbanisasi yang cepat mendorong konsumsi sumber daya alam secara besar-besaran, yang seringkali melampaui kapasitas regeneratif lingkungan. Salah satu bisnis yang ikut menyumbang dampak lingkungan tersebut adalah produk kecantikan dan *skincare*. Penelitian ini membahas mengenai munculnya pengetahuan masyarakat mengenai produk ramah lingkungan dan dampaknya serta produk produk yang berinovasi ramah lingkungan dan berkontribusi pada landasan lingkungan yang berkelanjutan pada produk *skincare Somethinc*.

Penelitian ini dilakukan pada Individu yang memiliki pengalaman membeli produk ramah lingkungan, serta yang tidak yang berdomisili di kota Semarang. Sebanyak 130 responden digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan metode non-probability sampling dan teknik purposive sampling dengan menggunakan alat analisis Structural Equation Modeling (SEM) melalui AMOS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *environmental knowledge* berpengaruh positif signifikan terhadap *green trust*, *green trust* berpengaruh terhadap *green WOM* dan *purchase intention* dan *green WOM* berpengaruh positif signifikan terhadap *purchase intention*.

Kata Kunci: *Environmental knowledge*, *green trust*, *green WOM*, *purchase intention*