

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *green product knowledge*, *green advertising*, dan *eco-labels* terhadap *green purchase behavior*, dengan *green trust* dan *brand eco-friendly positioning* sebagai variabel mediasi pada konsumen The Body Shop Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis data menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) melalui AMOS 26. Data dikumpulkan melalui kuesioner, dengan jumlah sampel sebanyak 200 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *green product knowledge* dan *green advertising* berpengaruh positif terhadap *green trust*, sedangkan *green advertising* dan *eco-labels* berpengaruh positif terhadap *brand eco-friendly positioning*. Selanjutnya, *green trust* dan *brand eco-friendly positioning* terbukti berpengaruh signifikan terhadap *green purchase behavior*. Temuan ini juga mengonfirmasi peran mediasi *green trust* dan *brand eco-friendly positioning* dalam menjembatani pengaruh stimulus pemasaran hijau terhadap perilaku pembelian ramah lingkungan. Penelitian ini memberikan implikasi teoretis dalam pengembangan model perilaku konsumen hijau berbasis teori S-O-R serta implikasi manajerial bagi perusahaan dalam merancang strategi pemasaran hijau yang lebih efektif.

Kata Kunci: *Green Product Knowledge, Green Advertising, Eco Labels, Green Trust, Brand Eco-friendly Positioning, Green Purchase Behavior*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga tesis berjudul “Anteseden *Green Purchase Behavior*: Peran Mediasi *Green Trust* dan *Brand Eco-friendly Positioning* pada Konsumen The Body Shop Indonesia” dapat diselesaikan. Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Pada proses penyusunan tesis ini, penulis menyadari bahwa tesis ini tidak dapat terselesaikan dengan lancar tanpa adanya doa, dukungan, dan masukan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Faisal, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
2. Mirwan Surya Perdhana, S.E., M.M., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
3. Dr. E. Dra. Yoestini, M.Si. selaku Dosen Pembimbing penulis yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan kesabarannya selama proses bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik.
4. Para Dosen dan seluruh Tenaga Kependidikan di lingkungan Magister Manajemen yang telah memberikan ilmu dan pelayanan selama penulis melaksanakan perkuliahan.
5. Teristimewa untuk kedua orang tua tercinta, Bapak Meiling Fatra dan Ibu Prestanomi yang telah memberikan semangat dan selalu mendoakan kelancaran studi dan kehidupan penulis.
6. Kedua adik tersayang Fazri Nur Ilahi dan Fakhira Melita yang senantiasa mendo'akan, menghibur, dan menjadi motivasi terbesar penulis untuk selalu mengusahakan yang terbaik.
7. Bagas Kukuh Priambodo, S.M. yang telah menjadi pendengar yang baik selama penyusunan tesis dan mendukung untuk menyelesaikan tesis ini.

8. Sahabat penulis selama perkuliahan Chynthia Noura Elysha, Alifya Azzahra, dan Novitha Dwipermata Ramadhan yang telah menjadi rekan diskusi serta menjadi teman seperjuangan dalam menyelesaikan studi.
9. Putri Nurhaliza sebagai teman seperantauan, berbagi pengalaman, dan yang telah kebersamai selama di Semarang.
10. Seluruh responden yang telah membantu untuk mengisi kuesioner penelitian sehingga tesis ini bisa selesai dengan baik.
11. Teman – teman angkatan 65 yang telah menjadi tempat berbagi pengalaman, pelajaran, dan bantuan selama proses perkuliahan.
12. Pihak - pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah memberikan motivasi, nasihat, dan bantuan selama penyelesaian tesis.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih terdapat banyak kekurangan dan tidak sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Penulis berharap tesis ini dapat memberikan manfaat dan informasi di masa mendatang.

Semarang, 10 Februari 2026

Penulis,



Shelli Melita