

## ABSTRAK

Pemanasan global yang semakin parah mendorong dan menggerakkan hati masyarakat untuk lebih peduli terhadap kelestarian bumi dan lingkungan. Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah dengan mengkonsumsi produk yang ramah bagi lingkungan. Penelitian mengenai perilaku pembelian ramah lingkungan di Indonesia masih sedikit dan jarang dibanding dengan di negara lain. Mempertimbangkan hal ini, peneliti berusaha untuk menganalisis apa saja faktor yang memengaruhi konsumen dalam perilaku pembelian ramah lingkungan di Indonesia, khususnya di kota Semarang.

Berdasarkan fenomena diatas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesediaan untuk membayar, sikap, pengaruh antar individu dan pengetahuan tentang produk terhadap perilaku pembelian ramah lingkungan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen The Body Shop yang berdomisili di Kota Semarang dan pernah melakukan pembelian produk The Body Shop minimal satu kali. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 150 responden. Adapun metode pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan alat analisis AMOS Ver.23.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kesediaan untuk membayar dan pengaruh antar individu berpengaruh negatif terhadap minat beli. Sikap dan pengetahuan tentang produk berpengaruh positif terhadap minat beli. Kesediaan untuk membayar, minat beli dan pengetahuan tentang produk berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian ramah lingkungan.

Kata Kunci: kesediaan untuk membayar, sikap, pengaruh antar individu, pengetahuan tentang produk, minat beli, perilaku pembelian ramah lingkungan.