

ABSTRAK

Nama : Eva Widya Cahyaningtyas
Program Studi: Manajemen
Judul : Pengaruh *Green Marketing*, *Environmental Attitude* Terhadap Niat Beli Pada Produk *The Body Shop*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk hijau (*green product*), harga hijau (*green price*), tempat hijau (*green place*), promosi hijau (*green promotion*) dan sikap terhadap lingkungan (*environmental attitude*) terhadap niat beli pada produk *The Body Shop*. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh yang belum pernah menggunakan produk rangkaian dari *The Body Shop* dengan sampel yang diambil menggunakan teknik pengambilan sampel *accidental sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan dengan menyebarkan angket melalui *google form* kepada 97 responden. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas yaitu, harga hijau, promosi hijau, dan juga sikap terhadap lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap niat beli pada produk *The Body Shop*. Sedangkan variabel produk hijau, dan tempat hijau tidak berpengaruh positif terhadap niat beli pada produk *The Body Shop*.

Kata Kunci: Niat Beli, Produk Hijau, Harga Hijau, Tempat Hijau, Promosi Hijau, Sikap Terhadap Lingkungan

ABSTRACT

Nama : Eva Widya Cahyaningtyas
Program Studi: *Management*
Judul : *The Effect of Green Marketing, Environmental Attitude on Purchase Intention on The Body Shop Products*

This study aims to determine the effect of green products, green price, green place, green promotion and environmental attitude on purchase intention on The Body Shop products. The population used in this study were Malikussaleh University Faculty of Economics and Business students who had never used a series of products from The Body Shop with samples taken using accidental sampling technique which is a sampling technique based on chance by distributing questionnaires via google form to 97 respondents. The analysis technique used in this research is multiple linear regression test. The results of the analysis show that the three independent variables, namely, green price, green promotion, and also environmental attitude have a significant positive effect on purchase intention on The Body Shop products. While the green product, and green place variables have no positive effect on purchase intention on The Body Shop products.

Keywords: *Purchase Intention, Green Product, Green Price, Green Place, Green Promotion, Environmental Attitude.*