

## ABSTRAK

Peningkatan degradasi lingkungan, perubahan iklim, dan krisis yang telah mengubah perilaku konsumsi masyarakat telah mendorong minat yang meningkat terhadap produk berkelanjutan. Perubahan ini bertujuan untuk menjamin kondisi hidup yang aman dan sehat bagi generasi saat ini dan mendatang. Perubahan perilaku konsumen, dengan preferensi terhadap produk berkelanjutan hijau juga telah diamati di Indonesia. Diketahui bahwa tingkat persetujuan terhadap konsumsi produk berkelanjutan dikalangan penduduk Indonesia mencapai skor 6,54 dari skala 10.

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat beli kosmetik hijau di Indonesia. Ini dilakukan dengan mengintegrasikan *Theory of Planned Behavior* dan *Theory of Consumption Value* dan penambahan dua variabel yaitu *Environmental Knowledge* dan *Health Consciousness*. Metodologi penelitian yang digunakan bersifat kuantitatif dan kausal. Penelitian ini menggunakan teknik sampel non-probabilitas dengan jumlah total sampel sebanyak 300 responden. *Structural Equation Model* (SEM) yang menggunakan *Partial Least Squares* (PLS) digunakan dalam penelitian ini sebagai teknik analisis data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kontrol perilaku yang dirasakan, nilai epistemik, dan nilai emosional tidak memiliki dampak signifikan pada niat beli produk kosmetik hijau di Indonesia. Namun, kesadaran kesehatan dan pengetahuan lingkungan memiliki dampak signifikan pada sikap lingkungan. Sementara itu, norma subjektif, sikap lingkungan, nilai fungsi harga, nilai sosial, dan nilai kondisional memiliki pengaruh positif signifikan pada niat beli produk kosmetik hijau di Indonesia. Rekomendasi praktis dan teoritis juga dibahas dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** Perilaku Konsumen, *Theory of Planned Behavior*, *Theory of Consumption Value*, *Environmental Knowledge*, *Health Consciousness*, dan *Green Purchase Intention*