

ABSTRAK

Di Kota Bandung, kegiatan untuk meningkatkan kesadaran akan kehidupan yang ramah lingkungan menunjukkan peningkatan. Fenomena ini menunjukkan bahwa mahasiswa saat ini juga turut ikut serta dalam beberapa kegiatan ramah lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah mahasiswa di Kota Bandung ini juga turut mendukung *green purchasing behavior* atau tidak.

Penelitian ini menggunakan 7 variabel bebas yang dikutip dari jurnal Kaman Lee (2008) yaitu *social influence, environmental attitude, environmental concern, perceived seriousness of environmental problems, perceived environmental responsibility, perceived effectiveness of environmental behavior, and concern of self-image in environmental protection*.

Penelitian ini akan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi green purchasing behavior tersebut dengan menyebarkan kuesioner kepada 400 mahasiswa di Bandung dengan menggunakan *convenience sampling*. Metode analisis data menggunakan metode kuantitatif dan dianalisis menggunakan analisis regresi berganda.

Hasil dari penelitian ini adalah (1) faktor *social influence, environmental attitude, environmental concern, perceived seriousness of environmental problems, perceived environmental responsibility, perceived effectiveness of environmental behavior, dan concern of self-image in environmental protection* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *green purchasing behavior* pada mahasiswa di Kota Bandung sebesar 36,8%. (2) Variabel *social influence, environmental attitude, perceived seriousness of environmental problems, dan perceived effectiveness of environmental behavior* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *green purchasing behavior*.

Kata kunci: *Green Marketing, Green Consumer, Green Purchasing Behaviour*