

ABSTRAKSI

Indonesia merupakan salah satu negara yang kerap mengalami cuaca ekstrem sehingga cenderung memicu bencana hidrometeorologis seperti banjir, longsor, dan kekeringan. Penyebab sejumlah bencana di Indonesia, salah satunya disebabkan oleh pemanasan global yang sumber utama terjadinya yaitu polusi udara yang berasal dari kendaraan bermotor. Sebagai salah satu kota besar yang memiliki kepadatan oleh kendaraan bermotor, Kota Bandung telah melakukan berbagai pencegahan untuk mengurangi polusi udara. Kesadaran terhadap lingkungan pada masyarakat juga diperlukan untuk mengurangi pemanasan global. Tindakan untuk mengurangi pemanasan global dengan melakukan *Green Purchasing*, yaitu dengan mengkonsumsi atau memakai produk-produk ramah lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah masyarakat di Kota Bandung ini juga turut mendukung *Green Purchasing behavior* atau tidak. Penelitian ini menggunakan 10 variabel bebas yang dikutip dari beberapa jurnal yaitu *environmental behavior* yang terdiri dari *environmental attitude*, *consumers behavior towards eco labeling*, *perceived seriousness of environment problems*, *perceived environmental responsibility*, *perceived effectiveness of environmental behavior*, *perceived self-image in environmental*, *social influences*, *perceived quality of green products*, *environmental concern*, dan *environmental knowledge*. Penelitian ini akan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi *green purchasing behavior* tersebut dengan menyebarkan kuesioner kepada 400 masyarakat di Bandung dengan menggunakan purposive sampling. Metode analisis data menggunakan metode kuantitatif dan dianalisis menggunakan analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian ini adalah (1) faktor *environmental attitude*, *consumers behavior towards eco labeling*, *perceived seriousness of environment problems*, *perceived environmental responsibility*, *perceived effectiveness of environmental behavior*, *perceived self-image in environmental*, *social influences*, *perceived quality of green products*, *environmental concern*, dan *environmental knowledge* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *green purchasing* pada masyarakat di Kota Bandung sebesar 35,6%. (2) Variabel *perceived effectiveness of environmental behavior*, *environmental concern*, dan *environmental knowledge* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *green purchasing*.

Kata kunci: *Green Marketing, Green Consumer, Green Purchasing, Environmental Behavior.*