

ABSTRAK

Kekhawatiran terhadap konsumen mengenai lingkungan yang sudah sangat nyata. Hal ini dapat dilihat dari fenomena *green purchase behavior* yang sudah menjadi tren, khususnya di Indonesia. Semakin meningkatnya pencemaran terhadap lingkungan yang memicu perusahaan untuk mengelola limbah menjadi bahan yang memiliki nilai guna.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui seberapa besar *green purchase behavior* terhadap konsumen *diapers*. Penelitian ini menggunakan Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang diberikan kepada 100 responden di Kota Bandung, penelitian ini menggunakan model analisis, yaitu analisis faktor dengan model *Confirmatory Factor Analysis*.

Dimensi yang mendasari *green purchase behavior* pada penelitian ini yang terdiri dari faktor *Social Influence*, *Environmental attitude*, *Environmental Concern*, *Perceived Seriousness of Environmental Problems*, *Perceived environmental responsibility*, *Perceived effectiveness of environmental behavior*, *Concern for self-image in environmental protection*. Dari hasil penelitian, faktor yang mempengaruhi terhadap *green purchase behavior* pada konsumen *diapers* adalah faktor dengan nilai sebesar *perceived environmental responsibility* 0,905 dimana konsumen tersebut untuk memperhatakan isu lingkungan. Sedangkan faktor yang paling rendah berpengaruh terdapat *sosial influence* dengan *loading factor* 0,124.

Kata kunci : *Green marketing, Green produk, Green purchase behavior, CFA*