

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *green marketing* dan pengetahuan lingkungan terhadap sikap dan dampaknya pada minat beli konsumen non-member tupperware di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data yang diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden dengan *Nonprobability sampling* jenis insidental sampling. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis SEM berbasis *Partial Least Square*.

Hasil studi menunjukkan bahwa *green marketing* dan pengetahuan lingkungan berpengaruh terhadap minat beli; *green marketing* tidak berpengaruh signifikan pada sikap, pengetahuan lingkungan berpengaruh pada sikap. Sikap berpengaruh terhadap minat beli. Lebih penting lagi, ditemukan bahwa sikap secara parsial dapat memediasi hubungan pengetahuan lingkungan dan minat beli. Sedangkan, sikap tidak dapat memediasi hubungan antara *green marketing* dan minat beli.

Kata kunci: *Green Marketing*, Pengetahuan Lingkungan, Sikap, *Struqtural Equation Modelling*, *Partial Least Square*.