ABSTRAK

Adanya dampak dari pencemaran lingkungan membuat kosumen saat ini mulai sadar akan pentingnya menjaga lingkungan. Kesadaran ini turut serta mengubah pola prilaku keseharian dari konsumen. Hal ini dijadikan peluang oleh perusahaan- perusahaan yang peka terhadap perubahan dari pola prilaku keseharian dengan mengembangkan atau membuat produk- produk yang mendukung dalam perlindungan lingkungan.

Sektor industri kecantikan adalah salah satu industri yang turut ambil bagian dalam memproduksi produk- produk ramah lingkungan. Produk kosmetik dan *skincare* yang mengandung kimia berlebih dianggap dapat menggangu lingkungan dan kesehatan tubuh para penggunanya. *Innisfree* merupakan brand kecantikan asal Korea yang memproduksi produk kosmetik dan *skincare* berbahan alami dan organik. Dari awal kemunculanya *Innisfree* selalu menarik perhatian dari para konsumenya.

Berdasarkan data minat beli terhadap produk *Innisfree* yang diambil oleh penulis dari 30 pengguna *Innisfree,* minat beli terhadap produk *Innisfree* dapat dikatakan cukup tinggi. Pada penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana *Health Consciousness, Environmental Consciousness* dan *Appearance Consciousness* dapat mempengaruhi Minat Beli *Green Cosmetic* and *Skincare Product Innisfree* melalui Sikap konsumen.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Tektik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarkan kepada responden yaitu konsumen *Innisfree* sebanyak 400 responden. Teknik sampling menggunakan *non probability sampling* yaitu *covenience sampling.*

Untuk menginterpretasikan hasil penelitian menggunakan analisis deskriptif dan analisis dengan SEM- PLS. Hasil pengolahan data menunjukan bahwa *Health Consciousness*, *Environmental Consciousness* dan *Appearance Consciousness* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Sikap. Dan Sikap berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Beli.

Kata Kunci: *Health Concsiousness, Environmental Consciousness, Appearance Consciousness,* Sikap, Minat Beli.