

ABSTRAK

Selama beberapa dekade terakhir, kepedulian terhadap lingkungan tidak hanya menjadi masalah publik yang signifikan, tetapi juga menjadi topik penting dalam penelitian akademik. Berbagai belahan dunia tengah berupaya untuk mengurangi aktivitas-aktivitas yang dapat memperparah kerusakan pada lingkungan. Menurut survei yang dilakukan oleh Litbang Koran Sindo menunjukkan ada 10 masalah lingkungan yang ada di Indonesia dimana 40% diakibatkan oleh sampah, 20% masalah banjir, 11% sungai tercemar, 10% pemanasan global, 6% pencemaran udara, 4% rusaknya ekosistem laut, 3% sulitnya air bersih, 2% kerusakan hutan, 2% abrasi, 2% pencemaran tanah. Hal ini menjadi tantangan baru bagi para pelaku bisnis untuk melakukan tanggung jawab lingkungan.

Penelitian ini bersifat deskriptif dengan menggunakan metode kuantitatif dengan melibatkan 100 responden yang mengetahui dan menggunakan atau membeli produk ecoCare. Dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan jenis *accidental sampling*, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan, terdapat pengaruh yang signifikan dari *Eco-Label*, *Eco-Brand* dan *Environmental Advertisement* terhadap *Consumer Purchase Behavior*. Hal ini dibuktikan dengan F hitung (32.687) > F tabel (2.699) dan nilai signifikansi sebesar 0.000. Hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) didapat bahwa variabel *Eco-Label*, *Eco-Brand* dan *Environmental Advertisement* berpengaruh signifikan terhadap *Consumer Purchase Behavior*. Berdasarkan koefisien determinasi didapat bahwa *Eco-Label*, *Eco-Brand* dan *Environmental Advertisement* memberikan pengaruh sebesar 0.505 atau 50.5% terhadap *Consumer Purchase Behavior*. Sedangkan sisanya sebesar 49.5% merupakan kontribusi variabel lain selain *Eco-Label*, *Eco-Brand* dan *Environmental Advertisement*.

Kata Kunci: *Eco-Label*, *Eco-Brand*, *Environmental Advertisement*, *Consumer Purchase Behavior*