

## ABSTRAK

Kesadaran lingkungan menjadi suatu keharusan bagi setiap orang karena keadaan lingkungan akan mempengaruhi kehidupan manusia di masa kini dan di masa depan. Sehingga penting untuk mengedukasi konsumen tentang ramah lingkungan. Melalui label ramah lingkungan pada suatu produk, secara tidak langsung akan menambah pengetahuan konsumen mengenai produk ramah lingkungan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari *eco-label* terhadap *green purchase* melalui peran mediasi *product attribute* serta *environmental awareness* pada generasi muda di Kota Bandung. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui metode *survey* menggunakan kuesioner *online* dan disebarakan kepada 100 orang warga Kota Bandung yang sesuai dengan kriteria responden penelitian ini. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan SEM-PLS pada *software* SmartPLS 3.2.9 dengan pengukuran model dan pengujian hipotesis menggunakan *bootstrapping technique*.

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan menggunakan SmartPLS, penelitian ini menemukan bahwa *eco-label* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *environmental attitude*, *product attributes*, dan *green purchase*, namun tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *environmental concern*. *Product attributes* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *environmental attitude* namun tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *environmental concern*. *Environmental attitude* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *environmental concern*. *Environmental attitude* dan *environmental concern* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *green purchase*.

Penelitian ini memberikan wawasan baru serta saran untuk industri atau perusahaan produk ramah lingkungan, yang berdasar pada hasil analisis data untuk menerapkan labelisasi produk ramah lingkungan (*eco-label*) serta memberi edukasi terkait produk hijau serta label ramah lingkungan. Objek pada penelitian ini adalah *green product* pada industri produk rumah tangga, untuk penelitian selanjutnya dapat menerapkan model penelitian yang sama pada industri lain. Misalnya industri *fashion*, kosmetik, otomotif, dan lain sebagainya.

**Kata kunci:** *eco-label*, *green purchase*, *environmental attitude*, *environmental concern*, *products attributes*