

## ABSTRAK

Perilaku manusia terhadap lingkungan kian hari kian mencemaskan. Berbagai permasalahan lingkungan mulai dirasakan oleh masyarakat Indonesia dan meningkatkan kesadaran mereka akan masalah lingkungan. Berbagai gerakan ramah lingkungan mulai mempengaruhi banyak sektor di Indonesia, seperti pemerintah, bisnis, konsumen, para peneliti, dan lain-lain. Hal itu membawa perubahan pada sikap dan perilaku masyarakat dalam hal ramah lingkungan. Seperti, beberapa konsumen Indonesia mulai mempertimbangkan dampak lingkungan pada pembelian produk ramah lingkungan. Namun, di sisi lain ditemukan sebuah data bahwa masih adanya kesenjangan antara kesadaran dan perilaku ramah lingkungan.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh antara kesadaran lingkungan dengan perilaku pembelian ramah lingkungan yang di *booster* dengan adanya kualitas produk ramah lingkungan. Variabel sikap terhadap masalah lingkungan, sikap terhadap manfaat eko-sosial, dan informasi produk ramah lingkungan juga digunakan dalam penelitian ini. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 388 responden Generasi Milenial dan Generasi Z di Jawa Barat. Teknik analisis data yang digunakan adalah SEM-PLS melalui *software* SmartPLS 3.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran lingkungan mempengaruhi perilaku pembelian produk ramah lingkungan dengan adanya dukungan sikap terhadap masalah lingkungan dan juga *booster* dari kualitas produk ramah lingkungan. Namun demikian, kesadaran lingkungan tidak berhasil mempengaruhi perilaku pembelian produk ramah lingkungan apabila melalui sikap terhadap manfaat eko-sosial maupun dengan adanya *booster* dari kualitas produk ramah lingkungan. Lalu, informasi produk ramah lingkungan tidak mempengaruhi pembelian produk ramah lingkungan secara langsung, tetapi berhasil apabila terdapat *booster* dari adanya kualitas produk ramah lingkungan.

**Kata Kunci:** Kesadaran Lingkungan, Kualitas Produk Ramah Lingkungan, Perilaku Pembelian, Ramah Lingkungan, Sikap Manfaat Eko-Sosial