

## ABSTRAK

Permasalahan jumlah sampah plastik di Indonesia menjadi salah satu permasalahan besar karena selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal tersebut menjadikan perusahaan mulai menerapkan pemasaran dengan konsep *green marketing*, salah satunya adalah PT Unilever Indonesia Tbk yang telah mengeluarkan produk ramah lingkungan berupa Sikat Gigi Natural Bamboo Pepsodent. Akan tetapi penjualan pada produk tersebut terus menurun setiap waktunya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *green marketing* dan *environmental knowledge* terhadap *environmental attitude* dan implikasinya terhadap *green purchase intention* pada produk Sikat Gigi Natural Bamboo Pepsodent (Survey Pada Mahasiswa PTN di Kota Bandung).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif dan verifikatif, Teknik sampling yang digunakan yaitu *non probability sampling* dengan kriteria usia Gen Z. Jumlah sampel yakni sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan penyebaran kuesioner. Pengujian instrumen penelitian menggunakan uji validitas, dan reliabilitas. Metode analisis data yang digunakan yaitu *path analysis*, *method of successive interval* (MSI), koefisien determinasi, dan uji hipotesis.

Hasil penelitian dengan metode yang digunakan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh baik secara parsial maupun simultan. Hasil analisis data menunjukkan besarnya pengaruh *green marketing* dan *environmental knowledge* terhadap *environmental attitude* memberikan pengaruh sebesar 72,7% dan sisanya 27,3% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Kemudian *environmental attitude* memberikan pengaruh terhadap *green purchase intention* yaitu sebesar 77,6%, pengaruh variabel independen yang dominan adalah *environmental knowledge* sebesar 41,9%, sedangkan *green marketing* sebesar 30,8%.

**Kata Kunci:** *Green Marketing, Environmental Knowledge, Environmental Attitude dan Green Purchase Intention*