ABSTRAK

Lingkungan hidup dan berbagai aktivitas telah mengasilkan kontribusi yang bisa berakhir pada masalah lingkungan, tidak terkecuali masalah lingkungan yang berasal dari sampah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari The Body Shop dalam program Bring Back Our Bottlos sebagai kosmetik produk ramah lingkungan mempengaruhi sikap peduli produk hijau, kesediaan membeli, dan niat membeli pada konsumen diprovinsi DKI Jakarta. Penilitian ini menggunakan sample sebanyak 100 responden pada laki-laki dan perempuan pecinta kosmetik yang belum pernah menggunakan kosmetik the body shop, namun mengetahui produk the body shop sebagai kosmetik ramah lingkungan. Metode pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan metode SEM, dengan aplikasi yang mendukung metode alternatif SEM yaitu SmartPLS 3.0 (Partial Least Square). Hasil dari penelitian ini berdasarkan uji hipotesis, dapat disimpulkan diantaranya: 1) Health consciousness berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap attitude toward green product, 2) Environmental attitude berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap attitude toward green product, 3) Value orientation berpengaruh positif dan signifikan terhadap attitude toward green product, 4) Perceived environmental berpengaruh positif dan signifikan terhadap attitude toward green product, 5) Attitude toward green product berpengaruh positif dan signifikan terhadap willingness to pay, 6) Willingness to pay berpengaruh positif dan signifikan terhadap purchase intention.

Kata Kunci: ***health consciousness, environmental attitude, value orientation, perceived environmental responsibility, attitude toward green product, willingness to pay, purchase intention.***