ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Pengaruh Persepsi atas Ramah Lingkungan dan Kualitas *Green Product* terhadap Niat Beli Konsumen Produk Ramah Lingkungan pada Mahasiswa Universitas Widyatama Bandung. Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi atas ramah lingkungan dan kualitas *green product* terhadap niat beli konsumen secara parsial pada mahasiswa Universitas Widyatama Bandung.

Penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Metode pengumpulan data berupa lapangan dengan cara menyebarkan kuesioner sebanyak 371 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Program yang digunakan dalam menganalisis data menggunakan *Stastical Package for Social Sciences* (SPSS) ver. 22.0.

Hasil penelitian menunjukkan secara parsial bahwa persepsi atas ramah lingkungan berpengaruh terhadap niat beli konsumen produk ramah lingkungan pada mahasiswa Universitas Widyatama sebesar 23,23% dan memiliki hubungan yang cukup kuat sebesar 0.482 dengan nilai P < 0,05 yaitu sebesar 0,00 . Kualitas *green product* secara parsial berpengaruh terhadap niat beli konsumen produk ramah lingkungan pada mahasiswa Universitas Widyatama sebesar 30,14% dan memiliki hubungan yang cukup kuat sebesar 0,549 dengan nilai P < 0,05 yaitu sebesar 0,00.

Kata kunci: Persepsi atas ramah lingkungan, kualitas *green product*, niat beli konsumen produk ramah lingkungan

ABSTRACT

The title of this research is Influence Perceptions of Eco-friendly and Green Product Quality to Green Product Consumer Intention toward Students of Widyatama University. The research was purposed to find out the Influence Perceptions of Eco-friendly and Green Product Quality to Green Product Intention Partially toward Students of Widyatama University.

The research method is descriptive research. Data calculation method by spreading questioner to 371 respondents. Analysis methods which are using in this research were correlation coefficient analysis, determination coefficient, and hypothesis testing. The program which used to analyze data was using Statistical Package for Social Sciences (SPSS) version 22.0.

Research result showed in partially that the perceptions of eco-friendly take effects to University of Widyatama Bandung consumer intention in the amount of 23,23% and have a strong relation in the amount of 0.482 on value P < 0,05 in the amount of 0,00. Green product quality partially take effect to University of Widyatama Bandung consumer intention in the amount of 30,14% dan have a strong relation in the amount of 0,549 on value P < 0,05 in the amount of 0,00.

Keywords : Eco-friendly perceptions, green product quality, green product consumer intention