

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh konsekuensi individual, konsekuensi lingkungan, harga premium, afek ekologi, pengetahuan ekologi, dan kesadaran lingkungan terhadap niat beli produk kosmetik ramah lingkungan pada konsumen *The Body Shop* di Yogyakarta sebanyak 150 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *convenience sampling* yaitu metode mengumpulkan informasi dari anggota-anggota populasi yang mudah diperoleh dan mampu menyediakan informasi tersebut. penelitian ini menggunakan Regresi linier Berganda dengan menggunakan software SPSS versi 21 pada Windows.

Hasil analisis menunjukkan bahwa konsekuensi individual dan harga premium berpengaruh terhadap niat beli produk hijau, sedangkan konsekuensi lingkungan, afek ekologi, pengetahuan ekologi dan kesadaran lingkungan tidak berpengaruh terhadap niat beli produk hijau.

Kata Kunci: Konsekuensi Individual, Konsekuensi Lingkungan, Harga Premium, Afek Ekologikal, Pengetahuan Ekologikal, Kesadaran Lingkungana dan Niat Beli Produk Hijau