

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pengetahuan, kepedulian, dan sikap terhadap minat beli produk hijau yang dimoderasi oleh perbedaan gender. Penelitian ini dilakukan di D.I. Yogyakarta.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*, dan *nonprobability sampling* yang digunakannya adalah *convenience sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang yang merupakan pengguna mobil LCGC Toyota Agya. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan regresi liner berganda dengan bantuan software SPSS.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat beli produk hijau apabila dimoderasi oleh perbedaan gender. Selain itu kepedulian berpengaruh positif terhadap minat beli produk hijau apabila dimoderasi oleh perbedaan gender. Sikap tidak berpengaruh positif terhadap minat beli apabila dimoderasi oleh perbedaan gender dan perbedaan gender tidak berpengaruh terhadap minat beli produk hijau.

Kata Kunci: Pengetahuan, Kepedulian, Sikap, Minat Beli Produk Hijau, Gender

ABSTRACT

This study aims to determine how much influence of environmental knowledge, environmental concern, and attitudes toward green purchase intention moderated by gender differences. This research was conducted in D.I. Yogyakarta.

The sampling method used in this study is nonprobability sampling, and nonprobability sampling used was convenience sampling. The number of samples in this study as many as 100 people who are car users LCGC Toyota Agya. Data were collected using a questionnaire. The data in this study using multiple linear regression with SPSS.

The results of this study prove that environmental knowledge has positive influence to green purchase intention moderated by gender differences. Environmental concern has positive influence to green purchase intention moderated by gender differences. Attitudes has no effect towards purchase intention if it is moderated by gender differences and gender differences has no effect towards green purchase intention.

Keywords: Knowledge, Concern, Attitude, Green Purchase Intention, Gender