

# The impacts of green marketing elements towards consumer-green buying behavior in Indonesia = Dampak elemen pemasaran ramah lingkungan terhadap perilaku pembelian ramah lingkungan konsumen di Indonesia

Theodore Gilbert Damarjati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20522198&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan pemahaman yang jelas tentang bagaimana elemen pemasaran hijau mempengaruhi perilaku pembelian pelanggan. Untuk mendukung penelitian ini, akan digunakan metode penelitian survei untuk mengumpulkan data pada kuesioner yang diadaptasi dari penelitian sebelumnya. Kuesioner disebarluaskan secara online melalui berbagai platform sosial seperti grup WhatsApp dan Instagram. Sebanyak 195 responden yang telah terpapar unsur green marketing dan merupakan pembeli produk ramah lingkungan dikumpulkan dengan menggunakan metode purposive sampling. Data yang dikumpulkan telah dianalisis dengan SmartPLS untuk menilai model pengukuran untuk reliabilitas dan validitas dan model struktural untuk pengujian hipotesis dan konfirmasi. Hasil penelitian dapat menunjukkan bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara pemasaran hijau, dan perilaku pembelian pelanggan. Mengingat bahwa, perilaku pembelian pelanggan sangat dipengaruhi oleh pengetahuan lingkungan & konsumsi hijau dan pemasaran hijau perusahaan.

.....The purpose of this study is to provide a clear understanding of how green marketing elements influence customers' buying behavior. To support this study, a survey research method will be utilized to collect data on a questionnaire adapted from previous research. The questionnaire is distributed online through various social platforms such as WhatsApp groups and Instagram. A total of 195 respondents that have been exposed to green marketing elements and are green products buyer were collected using purposive sampling method. The data collected have been analyzed with SmartPLS to assess the measurement model for reliability and validity and structural model for hypothesis testing and confirmation. The results may show that there is a positive and significant relation between green marketing, and customer buying behavior. Given that, the customer buying behavior is highly influenced by the environmental knowledge & green consumption, and the company's green marketing.