

**PENGARUH *GREEN CONSUMER ATTITUDE*, *ENVIRONMENT ATTITUDE*, DAN
CONSIDERING GREEN PRODUCT TERHADAP *WILLINGNESS TO BUY* PRODUK
ECO STRAW DI KOTA SEMARANG**

Diajukan untuk memenuhi syarat mencapai gelar sarjana pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Disusun oleh :

Willi Efrian Syahputra

19.D1.0046

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2023

**PENGARUH *GREEN CONSUMER ATTITUDE*, *ENVIRONMENT ATTITUDE*, DAN
CONSIDERING GREEN PRODUCT TERHADAP *WILLINGNESS TO BUY* PRODUK
ECO STRAW DI KOTA SEMARANG**

Diajukan untuk memenuhi syarat mencapai gelar sarjana pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Disusun oleh :

Willi Efrian Syahputra

19.D1.0046

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2023

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh *green consumer attitude*, *environment attitude*, dan *considering green product* terhadap *willingness to buy* produk *eco straw* di Kota Semarang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi *willingness to buy* konsumen terhadap produk *eco friendly* seperti *eco straw*. *Green consumer attitude* adalah sikap individu yang terbentuk melalui kepeduliannya terhadap lingkungan dan tercermin dalam tindakan individu dalam mencari, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk yang berdampak positif terhadap lingkungan. *Environment attitude* adalah sikap individu terhadap lingkungan yang mencakup perasaan, kecenderungan, dan evaluasi potensial yang dipengaruhi oleh interaksi antara komponen kognitif, afektif, dan konatif. *Considering green product* mengacu pada kesadaran konsumen dalam mempertimbangkan kualitas lingkungan saat merancang dan memilih produk hijau. *Willingness to buy* adalah keinginan atau minat beli konsumen terhadap suatu produk atau jasa. Data penelitian ini dikumpulkan melalui survei kepada 100 responden yang merupakan pelanggan Starbucks Coffee di Kota Semarang yang pernah membeli, menggunakan, atau tertarik pada produk *eco straw*. Analisis statistik menggunakan regresi linear berganda digunakan untuk menguji hubungan antara variabel independen (*green consumer attitude*, *environment attitude*, *considering green product*) dan variabel dependen (*willingness to buy*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *green consumer attitude* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *willingness to buy*, sedangkan *environment attitude* dan *considering green product* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *willingness to buy* produk *eco straw* di Kota Semarang. Outlet Starbucks Coffee di Kota Semarang perlu mempertahankan dan meningkatkan penerapan *environment attitude* serta *considering green product* untuk meningkatkan *willingness to buy* konsumen terhadap produk *eco straw*. Penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *willingness to buy* konsumen terhadap produk *eco straw* dan dapat berguna bagi produsen dan pemasar produk *eco straw* dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk tersebut.