

ABSTRAK

**PENGARUH GREEN PRODUCT DAN GREEN ADVERTISING
TERHADAP GREEN PURCHASE INTENTION DENGAN
GREEN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**
(Studi pada Konsumen Produk Deterjen Tumbuhan Gentle Gen di DIY)

Jane Valentina Halim
Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2025

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran *green brand image* dalam memediasi variabel independen dan dependen. Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian terkait 1) Pengaruh *Green Product* terhadap *Green Purchase Intention* dengan *Green Brand Image* sebagai mediator. 2) Pengaruh *Green Advertising* terhadap *Green Purchase Intention* dengan *Green Brand Image* sebagai mediator. Populasi yang dilibatkan dalam penelitian ini adalah konsumen produk deterjen *Gentle Gen* yang berdomisili di DIY dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling* dan *purposive sampling*. Penelitian ini mendapatkan jumlah sampel sebanyak 113 responden yang didapatkan melalui hasil penyebaran kuesioner secara *online* dengan menggunakan *Google Form*. Pada penelitian ini menggunakan teknik analisis PLS-SEM yang diolah dengan menggunakan aplikasi SmartPLS 4. Penelitian ini mendapatkan hasil 1) *Green Brand Image* memiliki peran sebagai mediator *Green Product* terhadap *Green Purchase Intention*. 2) *Green Brand Image* memiliki peran sebagai mediator *Green Advertising* terhadap *Green Purchase Intention*.

Kata Kunci : *Green Product, Green Advertising, Green Brand Image, Green Purchase Intention, Gentle Gen.*

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF GREEN PRODUCT AND GREEN ADVERTISING
ON GREEN PURCHASE INTENTION WITH GREEN BRAND IMAGE
AS A MEDIATION**

Study on Consumers of Gentle Gen Detergent in Special Region of Yogyakarta

Jane Valentina Halim
Management Study Program, Faculty of Economics
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2025

This study aims to determine the role of Green Brand Image in mediating independent and dependent variables. This study researched 1) The influence of Green Product towards Green Purchase Intention with Green Brand Image as a mediator. 2) The Influence of Green Advertising towards Green Purchase Intention with Green Brand Image as a mediator. The population involved in this study were consumers of detergent Gentle Gen residing in Special Region of Yogyakarta with sampling techniques using nonprobability sampling specifically purposive sampling techniques. This study obtained a sample of 113 respondents through the distributing online questionnaires using Google Forms. This study used the PLS-SEM analysis technique which was processed using the SmartPLS 4 application. This study obtained the results of 1) Green Brand Image mediated the influence of Green Product towards Green Purchase Intention. 2) Green Brand Image mediated the influence of Green Advertising towards Green Purchase Intention.

Keyword : Green Product, Green Advertising, Green Brand Image, Green Purchase Intention, Gentle Gen.