

## ABSTRAK

**Hani Yuliawati, Nim. 3402190437. “Pengaruh *Green Product* dan *Perceived Price* terhadap *Green Purchase Intention* Produk Teh Kotak(Suatu Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen 2019 Fakultas Ekonomi Universitas Galuh)”. Dibawah bimbingan Ibu Elin Herlina , S.Pd., M.M. (Pembimbing I) dan Bapak Toto, S.E.,M.M (Pembimbing II).**

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Green Product* dan *Perceived Price* terhadap *Green Purchase Intention*. Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: 1] Bagaimana pengaruh *green product* terhadap *Green Purchase Intention* produk teh kotak pada mahasiswa manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh?; 2]Bagaimana pengaruh *perceived price* terhadap *green purchase intention* produk teh kotak pada mahasiswa manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh?; 3] Bagaimana pengaruh *green product* dan *perceived price* terhadap *green purchase intention* produk teh kotak pada mahasiswa manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh.; Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis; 1] Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *green product* terhadap *Green Purchase Intention* produk teh kotak pada mahasiswa manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh; 2] Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *perceived price* terhadap *green purchase intention* produk teh kotak pada mahasiswa manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh; 3] Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *green product* dan *perceived price* terhadap *green purchase intention* produk teh kotak pada mahasiswa manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk analisis data yang diperoleh digunakan analisis koefisien korelasi sederhana, koefisien determinasi, analisis koefisien korelasi berganda, analisis regresi linier, uji parsial (uji t) dan uji signifikansi (uji f). Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa *Green Product* dan *Perceived Price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Green Purchase Intention* produk teh kotak pada mahasiswa manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh dengan besarnya pengaruh 70,3% dan sisanya 29,7% dipengaruhi oleh faktor lain. Diharapkan perusahaan mempertahankan *Green Product* dan *Perceived Price* sehingga akan meningkatkan *Green Purchase Intention*. Selain itu Perusahaan harus meningkatkan pemahaman tentang pentingnya produk yang ramah bagi lingkungan.

**Kata Kunci : *Green Product*, *Perceived Price*, dan *Green Purchase Intention*.**