

## ABSTRAK

Saat ini, limbah sedotan plastik merupakan ancaman besar bagi lingkungan. Di Indonesia, dalam sehari limbah sedotan plastik bisa mencapai 93 juta lebih yang mana jika limbah tersebut dibentangkan akan sama dengan jarak dari Jakarta ke Meksiko. Dengan adanya permasalahan limbah sedotan plastik yang semakin mengancam lingkungan, sedotan berbahan *stainless steel* merupakan salah satu alternatif pengganti sedotan plastik. Pada penelitian ini meneliti pengaruh pengetahuan produk, posisi produk dan sikap terhadap produk terhadap niat beli konsumen pada sedotan *stainless steel*.

Pada penelitian ini didapatkan 243 data dari responden dengan menyebarkan kuesioner secara online. Data tersebut dianalisis dengan menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM) Partial Least Square (PLS)*. Dari hasil analisis ditemukan bahwa pengetahuan produk, posisi produk dan sikap terhadap produk mempengaruhi niat beli produk sedotan *stainless steel*. Selain itu ditemukan bahwa posisi produk mempengaruhi pengetahuan produk dan sikap terhadap produk ramah lingkungan. Temuan yang terakhir juga ditemukan bahwa pengetahuan produk mempengaruhi sikap terhadap produk ramah lingkungan.

**Kata kunci:** Pemasaran hijau, pengetahuan produk, posisi produk, sikap terhadap produk, niat beli produk ramah lingkungan, produk ramah lingkungan

## ***ABSTRACT***

*Nowadays, plastic straw waste is a big threat to the environment. In Indonesia, in one day the waste of plastic straws can reach more than 93 million which if the waste is expanded will be the same as the distance from Jakarta to Mexico. With the problem of plastic straw waste that increasingly threatens the environment, stainless steel straws is one alternative to replace plastic straws. In this study examines the influence of product knowledge, product position and attitude towards products on consumer purchase intentions in stainless steel straws.*

*In this study 243 data were obtained from respondents by distributing questionnaires online. The data was analyzed using Partial Least Square (PLS) Structural Equation Modeling (SEM). From the results of the analysis found that product knowledge, product position and attitude towards the product affect the purchase intention of stainless steel straw products. In addition it was found that the position of the product affects product knowledge and attitudes towards environmentally friendly products. The latter finding also found that product knowledge influences attitudes towards environmentally friendly products.*

***Keywords:*** *Green marketing, product knowledge, product position, attitude towards products, purchase intention of green products, green products*