

## Abstrak

Isu lingkungan saat ini sedang marak diperbincangkan terutama di kalangan anak muda khususnya Generasi Z. Hal ini tentunya membuahkan tren serta peluang baru, yakni penerapan pola konsumsi hijau dan peralihan konsumsi ke produk ramah lingkungan. Namun, produk *personal care* ramah lingkungan cenderung memiliki harga lebih tinggi dibandingkan produk konvensional. Muncul pertanyaan dasar yakni faktor apa saja yang memengaruhi kesediaan membayar lebih Generasi Z terhadap produk perawatan diri ramah lingkungan. Dengan menggabungkan studi yang dilakukan oleh Anil Kumar dan Rituparna Basu serta studi oleh Francesca De Canio terkait kesediaan membayar lebih dan relevansinya dengan pengaruh *eco-label*. *Theory of Planned Behavior* atau TPB akan digunakan sebagai basis teori utama dalam penelitian.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling* dengan melibatkan sebanyak 278 responden Generasi Z yang berdomisili di BSD-GS. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner terstruktur secara daring.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kehadiran *eco-label* dan produk kemasan ramah lingkungan itu sendiri berpengaruh secara signifikan terhadap kesediaan membayar lebih dari konsumen Generasi Z di area BSD-GS. Dalam konteks penelitian, *Theory of Planned behavior* serta kesadaran terhadap kesehatan dan isu lingkungan pun tidak berperan dalam memengaruhi faktor *willingness to pay more* Generasi Z terhadap produk *eco-friendly* khususnya untuk kategori *personal care*.

Kata Kunci: *eco-friendly*, *willingness to pay more*, Generasi Z, *label influence*

## **Abstract**

*Environmental issues are currently being widely discussed, especially among young people, particularly Generation Z. This has naturally led to new trends and opportunities, namely the adoption of green consumption patterns and the shift towards environmentally friendly products. However, environmentally friendly personal care products tend to be more expensive than conventional products. A fundamental question arises: what factors influence Generation Z's willingness to pay more for environmentally friendly personal care products? By combining studies conducted by Anil Kumar and Rituparna Basu and by Francesca De Canio on willingness to pay more and its relevance to the influence of eco-labels, the Theory of Planned Behavior or TPB will be used as the main theoretical basis in this research.*

*The research method used is quantitative with a sampling technique using convenience sampling involving 278 Generation Z respondents residing in BSD-GS. Data collection was carried out through the distribution of online structured questionnaires.*

*The results of this study prove that the presence of eco-labels and environmentally friendly product packaging itself has a significant influence on the willingness to pay more of Generation Z consumers in the BSD-GS area. In the context of this research, the Theory of Planned Behavior and awareness of personal health and environmental issues also do not play a role in influencing Generation Z's willingness to pay more for eco-friendly products, especially in the personal care category.*

*Keywords: eco-friendly, willingness to pay more, Generation Z, label influence.*