ABSTRAK

Pengaruh Strategi *Green marketing* Dan *Influencer* Terhadap Minat Beli *Green Product* Di Kalangan Gen Z Kota Kediri:
Studi Kasus Produk *Skincare* Avoskin

Intan Putri Viona
intan.putri886644@gmail.com
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Kadiri

Dosen Pembimbing : 1. Dr. Angga Rizka Lidiawan, SE, MM.
1. Yudiarto Perdana Putra, SE, MM.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi *green marketing* dan *influencer* terhadap minat beli *green product* pada Generasi Z di Kota Kediri dengan studi kasus pada produk skincare Avoskin. Meningkatnya kesadaran konsumen terhadap isu lingkungan mendorong perusahaan untuk menerapkan strategi pemasaran yang menekankan keberlanjutan, salah satunya melalui penerapan *green marketing*. Selain itu, *influencer* memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi produk secara lebih personal dan kredibel melalui media sosial sehingga mampu memengaruhi persepsi serta minat beli konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada responden Generasi Z di Kota Kediri yang mengetahui produk skincare Avoskin melalui *influencer*. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis statistik untuk menguji pengaruh strategi *green marketing* dan *influencer* terhadap minat beli konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian pemasaran berkelanjutan serta menjadi referensi bagi perusahaan dalam merancang strategi pemasaran yang efektif.

Kata kunci: *Green marketing*, *influencer*, minat beli, Generasi Z.

ABSTRACT

The Influence of Green Marketing Strategy and Influencer Endorsement on Green Product Purchase Intention among Generation Z in Kediri City: A Study on Avoskin Skincare

Intan Putri Viona
intan.putri886644@gmail.com
Management Study Program
Faculty of Ekonomic & Business Kadiri University

Supervisor : 1. Dr. Angga Rizka Lidiawan, SE, MM.
2. Yudiarto Perdana Putra, SE, MM.

This study aims to analyze the influence of green marketing strategies and influencers on the purchase intention of sustainable cosmetic products among Generation Z in Kediri City, with a case study of Avoskin skincare products (melalui influencer). Increasing consumer awareness of environmental issues encourages companies to implement marketing strategies that emphasize sustainability, one of which is through the application of green marketing. In addition, influencers play an important role in delivering product information in a more personal and credible way through social media, which can influence consumer perceptions and purchase intentions. This research uses a quantitative approach with a survey method by distributing questionnaires to Generation Z respondents in Kediri City who are familiar with Avoskin skincare products and influencer. The data obtained are analyzed using statistical analysis techniques to examine the effect of green marketing strategies and influencers on consumer purchase intention. The results of this study are expected to contribute to the development of sustainable marketing studies and provide references for companies in designing effective marketing strategies.

Keywords*: Green marketing, influencer, purchase intention, Generation Z.*

.