

The Influence of Green Product, Lifestyle, and Price on Corkcicle Purchase Interest

By Frisca Aprillia

Abstract

With increasing public awareness of the importance of sustainability, environmentally friendly products such as Corkcicle are increasingly in demand. Corkcicle is a company known for its innovation in beverage storage and serving products, especially by creating solutions to maintain beverage temperature. The purpose of this study is to determine, analyze and prove the influence of Green Product, Lifestyle, and Price on Corkcicle Purchase Interest. The population in this study were consumers who knew the Corkcicle product, with a sample in this study of 100 respondents aged 17 years and over and domiciled in Jabodetabek using the Purposive Sampling method. This study uses a quantitative method and uses SmartPLS 4 software as a data processing tool. The results of this study indicate that (1) Green Product has a significant effect on Corkcicle Purchase Interest, (2) Lifestyle has a significant effect on Corkcicle Purchase Interest, and (3) Price has no effect and is not significant on Corkcicle Purchase Interest.

Keywords: *Green Product, Lifestyle, Price, Purchase Interest, Corkcicle*

Pengaruh *Green Product*, *Lifestyle*, dan *Price* Terhadap Minat Beli Corkcicle

Oleh Frisca Aprillia

Abstrak

Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya keberlanjutan, produk ramah lingkungan seperti Corkcicle semakin diminati. Corkcicle adalah perusahaan yang dikenal karena inovasi dalam produk penyimpanan dan penyajian minuman, terutama dengan menciptakan solusi untuk menjaga suhu minuman. Adapun tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui, menganalisis dan membuktikan pengaruh *Green Product*, *Lifestyle*, dan *Price* terhadap Minat Beli Corkcicle. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang mengetahui produk Corkcicle, dengan sampel pada penelitian ini ialah sebanyak 100 responden yang berusia 17 tahun keatas serta berdomisili di Jabodetabek dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif serta menggunakan *software* SmartPLS 4 sebagai alat pengolahan data. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *Green Product* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Corkcicle, (2) *Lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Corkcicle, dan (3) *Price* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Minat Beli Corkcicle.

Kata kunci: *Green Product*, *Lifestyle*, *Price*, Minat Beli, Corkcicle