

ABSTRAK

PERAN MINAT DALAM MEMEDIASI PENGARUH *GREEN BRAND AWARENESS* DAN *GREEN CONSUMER BEHAVIOUR* TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN QRIS OLEH GEN-Z DI KOTA BANDAR LAMPUNG

Oleh

ALAN BASTIAN

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh masih rendahnya pemahaman terhadap konsep *green brand* dan perilaku konsumen hijau yang diduga memengaruhi minat serta keputusan penggunaan QRIS. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *green brand awareness* dan *green consumer behaviour* terhadap keputusan penggunaan melalui minat pada Generasi Z pengguna QRIS di Kota Bandar Lampung. Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Sampel sebanyak 385 responden pengguna QRIS dari kalangan Generasi Z yang dipilih menggunakan teknik *accidental sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala *likert* dan dianalisis dengan metode *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) menggunakan SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *green brand awareness* dan *green consumer behaviour* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan dan minat, serta memiliki pengaruh tidak langsung melalui minat. Temuan ini menunjukkan bahwa minat berperan sebagai variabel mediasi penting antara *green brand awareness* dan *green consumer behaviour* terhadap keputusan penggunaan QRIS. Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa peningkatan *green brand awareness* dan *green consumer behaviour* pada generasi muda dapat mendorong adopsi penggunaan QRIS. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi akademisi dan praktisi dalam mengembangkan strategi promosi digital keberlanjutan untuk mendorong penggunaan sistem pembayaran non-tunai di kalangan generasi muda.

Kata Kunci: *Green Brand Awareness, Green Consumer Behaviour, Minat, Keputusan Penggunaan, Generasi Z*

ABSTRACT

THE ROLE OF INTEREST IN MEDIATING THE EFFECT OF GREEN BRAND AWARENESS AND GREEN CONSUMER BEHAVIOUR ON THE DECISION TO USE QRIS AMONG GEN-Z IN BANDAR LAMPUNG

By

ALAN BASTIAN

This study is motivated by the low level of understanding of the green brand concept and green consumer behavior, which are presumed to influence interest and decision-making in using QRIS. The research aims to examine the effect of green brand awareness and green consumer behavior on usage decisions through interest among Generation Z QRIS users in Bandar Lampung City. This study employs an explanatory research design with a quantitative approach. The sample consists of 385 Generation Z QRIS users selected through accidental sampling. Data were collected using a Likert-scale questionnaire and analyzed with the Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method using SmartPLS 4.0. The findings indicate that green brand awareness and green consumer behavior have positive and significant effects on both usage decisions and interest, as well as indirect effects through interest. These results highlight that interest serves as an essential mediating variable between green brand awareness and green consumer behavior on QRIS usage decisions. The study concludes that strengthening green brand awareness and green consumer behavior among young consumers can enhance the adoption of QRIS. This research is expected to serve as a reference for academics and practitioners in developing sustainable digital promotion strategies to encourage non-cash payment adoption among younger generations.

Keywords: *Green Brand Awareness, Green Consumer Behaviour, Interest, Usage Decision, Generation Z*