

ABSTRAK

PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN BRAND*, DAN *GREEN ADVERTISING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Pada Pengguna Produk Kecantikan *Innisfree* di daerah Semarang Barat)

Anisa Trias Febriana
17.05.51.0127

Dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk dapat menganalisis pengaruh pada *green product*, *green brand*, dan *green advertising* terhadap keputusan pembelian pada pengguna produk kecantikan *innisfree* yang ada di daerah Semarang Barat. Pada populasi ini adalah pengguna produk kecantikan *innisfree*, yang jumlahnya tidak dapat diketakui dengan secara pasti. Sehingga, dalam pengambilan sampel menggunakan metode Ferdinand.

Pada sampel yang digunakan ada sebanyak 85 responden, yang menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* yang akan dilakukannya. Adapun kriteria yang akan digunakan yaitu konsumen pada pengguna produk kecantikan *innisfree*. Dengan pengalaman pendidikan minimal SMP dan usia mulai dari 17 – 50 tahun. Maka, untuk pengambilan data primer ini adalah dengan menyebarkan kuesioner dan data dari kuesioner tersebut yang akan diolah untuk dapat mengetahui hasilnya. Sehingga, dalam penelitian ini untuk mengetahui hasilnya dengan metode analisis data menggunakan analisis *regresi linear berganda* dengan software SPSS 22.

Maka, hasil pengolahan dan analisis data menunjukkan bahwa hipotesis pada variabel *green product*, *green brand*, dan *green advertising* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada pengguna produk kecantikan *innisfree* di daerah Semarang Barat. Yang memiliki arti bahwa hasil data ini baik secara persial maupun simultan. Jadi, semakin baik apabila *green product*, *green brand*, dan *green advertising* lebih ditingkatkan, maka keputusan pembelian akan meningkat.

Kata kunci : *green product*, *green brand*, *green advertisng*, keputusan pembelian.

ABSTRACT

EFFECT OF GREEN PRODUCT, GREEN BRAND, AND GREEN ADVERTISING ON PURCHASING DECISIONS

(Study on Users of Innisfree Beauty Products in the West Semarang area)

Anisa Trias Febriana
17.05.51.0127

This study aims to analyze the effect of green products, green brands, and green advertising on purchasing decisions for Innisfree beauty product users in the West Semarang area. In this population are users of innisfree beauty products, the number of which cannot be known with certainty. Thus, in taking samples using the Ferdinand method.

In the sample used there are 85 respondents, who use purposive sampling technique that will be done. The criteria that will be used are consumers who use innisfree beauty products. With a minimum education experience of junior high school and ages ranging from 17-50 years. So, to collect primary data is to distribute questionnaires and the data from the questionnaire will be processed to find out the results. So, in this study to find out the results with the data analysis method using multiple linear regression analysis with SPSS 22 software.

Thus, the results of data processing and analysis show that the hypotheses on the green product, green brand, and green advertising variables have a positive and significant impact on purchasing decisions for Innisfree beauty product users in the West Semarang area. Which means that the results of this data are either partial or simultaneous. So, it is better if green products, green brands, and green advertising are improved, the purchasing decisions will increase.

Keywords : *green product, green brand, green advertising, purchasing decisions*