

ABSTRAK

KHAERUL IKHWAN (2018111020001). Analisis Pengaruh Pemasaran Hijau dan Sikap Konsumen Pada Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Tangerang Selatan. Dibawah bimbingan HUSNAYETTI S.M, M.M

Pemasaran Hijau suatu konsep yang memiliki dampak positif bagi kelestarian lingkungan, semua ini dikarenakan masyarakat mulai memperhatikan kelestarian lingkungan dalam hal memilih untuk menggunakan atau membeli suatu produk secara selektif. Penelitian ini bertujuan melihat analisis Pemasaran Hijau (dengan indikator ramah lingkungan, harga premium, distribusi ramah lingkungan dan promosi ramah lingkungan). Dan Sikap konsumen (dengan indikator komponen kognitif, komponen afektif dan komponen konatif) terhadap keputusan pembelian (dengan indikator pandangan ekonomi, pandangan pasif, pandangan kognitif dan pandangan emosional) produk Aqua di Kota Tangerang Selatan. Metode pengambilan data menggunakan teknik *Purposive Sampling* dengan kriteria yang sudah ditentukan. Metode analisis data menggunakan analisis linear berganda menggunakan software SPSS V25. Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran hijau berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan pembelian produk aqua dengan nilai sebesar 6,325, dan Sikap Konsumen secara signifikan pada Keputusan pembelian produk aqua dengan nilai sebesar 8,938. Hasil Uji F yang sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti H_a diterima dan H_0 ditolak, terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas pemasaran hijau (X1) dan Sikap Konsumen (X2) terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian (Y).

Kata Kunci :Pemasaran Hijau, Sikap Konsumen, Keputusan Pembelian

