

PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN PENGETAHUAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DI MEDIASI OLEH NIAT BELI SURVEY PADA KONSUMEN THE BODY SHOP MALL AMBARUKMO PLAZZA DI YOGYAKARTA

DEARMAN AULIA IDRIS TURNIP

NPM : 141102011

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta
dearmanturnip@gmail.com

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan mengetahui dan menganalisis : 1). Pengaruh *green marketing* terhadap keputusan pembelian konsumen pada The Body Shop Mall Ambarukmo Plaza Yogyakarta, 2). Pengaruh *green marketing* terhadap niat beli pada The Body Shop Mall Ambarukmo Plaza Yogyakarta, 3) Pengaruh pengetahuan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada The Body Shop Mall Ambarukmo Plaza Yogyakarta, 4). Pengaruh pengetahuan konsumen berpengaruh terhadap niat beli konsumen pada The Body Shop Mall Ambarukmo Plaza Yogyakarta, 5). Pengaruh niat beli konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada The Body Shop Mall Ambarukmo Plaza Yogyakarta, 6). Pengaruh *green marketing* terhadap keputusan pembelian konsumen melalui niat beli konsumen pada The Body Shop Mall Ambarukmo Plaza Yogyakarta, 7). Pengaruh pengetahuan konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen melalui niat beli pada The Body Shop Mall Ambarukmo Plaza Yogyakarta. Populasi dalam penelitian adalah konsumen The Body Shop Mall Ambarukmo Plaza Yogyakarta. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100. Metode analisis yang digunakan oleh penulis adalah pengumpulan data primer dan sekunder. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1). *Green marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada The Body Shop Mall Ambarukmo Plaza Yogyakarta, 2). *Green marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli pada The Body Shop Mall Ambarukmo Plaza Yogyakarta, 3) Pengetahuan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada The Body Shop Mall Ambarukmo Plaza Yogyakarta, 4). Pengetahuan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli konsumen pada The Body Shop Mall Ambarukmo Plaza Yogyakarta, 5). Niat beli konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada The Body Shop Mall Ambarukmo Plaza Yogyakarta, 6). *Green marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen melalui niat beli konsumen pada The Body Shop Mall Ambarukmo Plaza Yogyakarta, 7). Pengetahuan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen melalui niat beli pada The Body Shop Mall Ambarukmo Plaza Yogyakarta.

Kata kunci : *Green marketing*, Pengetahuan konsumen, Niat beli dan Keputusan pembelian