

PENGARUH ALAT PEMASARAN HIJAU TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK WARDAH

Disusun Oleh :
Mitha Novia Septiani
NIM.1411501459

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta
(noviaseptiani2@gmail.com)

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh alat pemasaran hijau terhadap perilaku pembelian konsumen pada konsumen Wardah di kalangan mahasiswi S1 FEB Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas yang terdiri dari *eco label*, *eco brand*, dan *environmental advertisement* serta variabel terikat yaitu perilaku pembelian konsumen. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner, dengan sampel yang digunakan sebanyak 120 responden. Metode penarikan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *eco label*, *eco brand*, dan *environmental advertisement* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian konsumen, *eco label* mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap perilaku pembelian konsumen, *eco brand* mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap perilaku pembelian konsumen, dan *environmental advertisement* mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap perilaku pembelian konsumen.

Kata kunci : Alat Pemasaran Hijau, *Eco Label*, *Eco Brand*, *Environmental Advertisement*, dan Perilaku Pembelian Konsumen.