

ABSTRAK

Muhammad Khoirulloh, Nomor Mahasiswa 15215041, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul Penelitian “Pengaruh *Green Marketing* terhadap *Brand Image* serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian” (Studi pada Wisatawan Nusantara Pengguna Instagram yang Sedang Berkunjung ke Taman Sari), 2020. Dosen Pembimbing I Sigit Haryono, dan Dosen Pembimbing II Sadeli.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh *Green Marketing* terhadap *Brand Image* serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian. Ukuran sampel pada penelitian ini 69 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *Probability Sampling* dengan *Systematic Random Sampling* untuk populasi tak terbatas. Teknik analisis data menggunakan Analisis Statistik Deskriptif dan Analisis Statistik Inferensial yang menggunakan metode statistik *Path Analysis* (Analisis Jalur).

Hasil penelitian ini menunjukkan ada pengaruh signifikan antara *Green Marketing* terhadap *Brand Image* dengan nilai $t\text{-hitung} = 8,667 > t\text{-tabel} = 1,996$. Ada pengaruh signifikan antara *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai $t\text{-hitung} = 4,406 > t\text{-tabel} = 1,996$. Ada pengaruh signifikan *Green Marketing* terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai $t\text{-hitung} = 2,377 > t\text{-tabel} = 1,996$. Ada pengaruh signifikan antara *Green Marketing* terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi oleh *Brand Image* dengan nilai $t\text{-hitung} 3,905958 > t\text{-tabel} = 1,96$.

Saran untuk Tupperware adalah memperhatikan *Green Marketing* yang ada dibenak pelanggan guna meningkatkan *Brand Image* yang melekat pada Tupperware. Cara yang dapat dilakukan adalah meningkatkan intensitas edukasi tentang pentingnya produk ramah lingkungan dengan menggiatkan kembali kampanye peduli masalah sosial sehingga *Brand Image* yang melekat pada pelanggan Tupperware akan meningkat. Selain itu Tupperware juga harus memperhatikan *Brand Image* yang melekat pada Tupperware sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian pelanggan Tupperware. Cara yang dapat dilakukan adalah mempertahankan citra merek Tupperware yang terkenal dan mudah diingat yang dapat menciptakan citra yang berbeda di mata pelanggan dan memberikan dampak pada keputusan pembelian pelanggan Tupperware.

Kata kunci : *Green Marketing*, *Brand Image* dan Keputusan Pembelian