

**PENGARUH GREEN AWARENESS, GREEN COMPANY DAN BRAND
IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN THE BODY SHOP**
(Survei Pada Konsumen The Body Shop di Daerah Istimewa Yogyakarta)

Oleh

JELITA RUBY KRISYANTI

NIM 141160274

ABSTRAK

Isu lingkungan mendorong semua pihak untuk peduli dengan kerusakan lingkungan yang akhir-akhir ini semakin meningkat. Penelitian tentang keputusan pembelian konsumen dalam membeli produk ramah lingkungan menjadi fokus akademisi dan praktisi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *green awareness*, *green company* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian The Body Shop pada konsumen The Body Shop di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner kepada 100 responden. Responden merupakan sebagian dari konsumen The Body Shop di Daerah Istimewa Yogyakarta. Data yang telah dikumpulkan selanjutnya dianalisis dengan menggunakan Regresi Linear Berganda dengan program aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) Versi 21. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *green awareness*, *green company* dan *brand image* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian The Body Shop.

Kata kunci: *green awareness*, *green company*, *brand image*, keputusan pembelian