

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN *GREEN MARKETING*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Survei pada Konsumen Cokelat Monggo di Kota Yogyakarta)**

**DIMAS SETYO PRAYOGA**

**NIM. 141180252**

**Mahasiswa Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”  
Yogyakarta**

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh harga, kualitas produk dan *green marketing* terhadap keputusan pembelian. Metode pengolahan data dan analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 96 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dan rumus Cochran untuk menentukan batas minimal sampel penelitian. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode teknik analisis regresi linier berganda dan teknik analisis data menggunakan program IBM SPSS. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel *green marketing* berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian serta variabel harga, kualitas produk, *green marketing* secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada perkembangan ilmu Manajemen Pemasaran.

**Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, *Green Marketing*, Keputusan Pembelian**