

## ABSTRAK

**Skripsi berjudul** “pengaruh *green marketing*, *influencer marketing* dan *product quality* terhadap keputusan pembelian produk *skincare something*.” (Study kasus pada mahasiswa ilmu administrasi bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta) disusun oleh Arta Romauli Sinaga (152190005), Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, FISIP UPN “Veteran” Yogyakarta dengan dosen pembimbing Dr. Saaptika Kencana.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *green marketing*, *influencer marketing* dan *product quality* terhadap keputusan pembelian. Jenis penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purpose sampling* dengan sampel sebanyak 88 responden yaitu mahasiswa/I aktif Ilmu Administrasi Bisnis 2021-2024 yang telah melakukan pembelian *skincare something*. Instrument penelitian yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah *regresi linear berganda* dengan menggunakan program *IBM SPSS Statistics 20*. Hasil penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *green marketing* terhadap keputusan pembelian dengan sebesar  $0.031 < 0,05$ , variabel *influencer marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan sebesar  $0.005 < 0,05$ , dan Variabel *product quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan sebesar  $0,021 < 0,05$ . Adapun pengaruh positif dan signifikan *green marketing*, *influencer marketing* dan *product quality* terhadap keputusan pembelian dengan nilai probabilitas sebesar  $0,000 < 0,05$  (5%) pada produk *skincare something*.

Berdasarkan hasil penelitian ini produk *skincare something* diharapkan dapat memperkuat strategi *green marketing* mereka untuk keberlanjutan pemasaran lingkungan serta memilih *influencer* yang lebih membangun dan menjaga kepercayaan konsumen yang tidak semata hanya memiliki *followers* tinggi saja dalam melakukan promosi untuk pemasaran produk *skincare something*.

Kata kunci: *Green Marketing*, *Influencer Marketing*, *Product Quality*, dan Keputusan Pembelian.