

ABSTRAK

Fahrul Azi. NIM. 3402190537. Pengaruh *Green Marketing* dan *Product Quality* Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi Pembelian Air Mineral Ades pada Pelajar SMAN 1 Banjarsari). Dibawah Bimbingan Bapak Dr. Apri Budianto, Drs., M.M. (Pembimbing I) dan Bapak H. Iwan Setiawan, S.E., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini dilatar belakangi oleh belum optimalnya keputusan pembelian pada Konsumen Ades pada pelajar sman 1 Banjarsari yang dapat dilihat dari masih ada konsumen yang lebih memilih untuk membeli minuman dalam kemasan merek lain selain produk Ades seperti Aqua, Le Minerale, Ron88. Permasalahan tersebut diakibatkan oleh belum optimalnya pelaksanaan *green marketing* dan *product quality*. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: 1) Bagaimana pengaruh *green marketing* terhadap keputusan pembelian produk Ades pada Siswa kelas XI IPS SMA Negeri 1 Banjarsari?; 2) Bagaimana pengaruh *product quality* terhadap keputusan pembelian produk Ades pada Siswa kelas XI IPS SMA Negeri 1 Banjarsari?; 3) Bagaimana pengaruh *green marketing* dan *product quality* terhadap keputusan pembelian produk Ades pada Siswa kelas XI IPS SMA Negeri 1 Banjarsari?. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis: 1) Pengaruh *green marketing* terhadap keputusan pembelian produk Ades pada Siswa kelas XI IPS SMA Negeri 1 Banjarsari; 2) Pengaruh *product quality* terhadap keputusan pembelian produk Ades pada Siswa kelas XI IPS SMA Negeri 1 Banjarsari; 3) Pengaruh *green marketing* dan *product quality* terhadap keputusan pembelian produk Ades pada Siswa kelas XI IPS SMA Negeri 1 Banjarsari. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survey dengan pendekatan data kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa kelas XI IPS SMA Negeri 1 Banjarsari yaitu sebanyak 211 orang, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 69 orang. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik yaitu studi kepustakaan, studi lapangan dan penyebaran angket. Dari hasil penelitian, dapat ditarik suatu simpulan sebagai berikut: 1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan *green marketing* terhadap keputusan pembelian pada Air Mineral Ades di Pelajar SMAN 1 Banjarsari. Artinya apabila pelaksanaan *green marketing* sudah baik maka keputusan pembelian konsumen akan meningkat; 2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan *product quality* terhadap keputusan pembelian pada Air Mineral Ades di Pelajar SMAN 1 Banjarsari. Artinya apabila *product quality* sudah baik maka keputusan pembelian konsumen akan meningkat; 3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan *green marketing* dan *product quality* terhadap keputusan pembelian pada Air Mineral Ades di Pelajar SMAN 1 Banjarsari. Artinya apabila pelaksanaan *green marketing* dan *product quality* sudah baik maka keputusan pembelian konsumen akan meningkat.

Kata Kunci: *Green Marketing*, *Product Quality* dan Keputusan Pembelian