

## ABSTRAK

**Mulyani. “Pengaruh *Green Marketing* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi pada Produk Rinso di Alfamart Gayam Kecamatan Ciamis Kabupaten Ciamis)”** Dibawah bimbingan Dr.H. Oyon Saryono., M.M. (Pembimbing I) dan Faisal Haris Eko Prabowo, S.E., M.M (Pembimbing II).

Meningkatkan pola keputusan pembelian produk rinso di alfamart gayam menjadi fokus utama untuk mencapai target penjualan dan meningkatkan profitabilitas produk Rinso. Permasalahan yang melatarbelakangi penelitian ini adalah keputusan pembelian yang belum optimal, Hal ini menunjukkan bahwa perlunya pemahaman tentang faktor yang memengaruhi keputusan pembelian. Adapun faktor penyebabnya adalah kurangnya kemampuan dalam melakukan promosi melalui *green marketing* dan kurangnya upaya perusahaan untuk meningkatkan kecintaan konsumen dalam meningkatkan *brand awareness*. Dengan demikian tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan pengaruh *green marketing* terhadap keputusan pembelian pada Produk Rinso di Alfamart Gayam. Pengaruh *brand awareness* terhadap produk Rinso di Alfamart Gayam, dan pengaruh *green marketing* dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian pada Produk Rinso di Alfamart Gayam. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif verivikatif, dengan hasil penelitian bahwa *green marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *brand awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *green marketing* dan *brand awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dapat disimpulkan bahwa pengaruh *green marketing* terhadap keputusan pembelian Produk Rinso di Alfamart Gayam termasuk kategori kuat, artinya jika *green marketing* terus di tingkatkan, maka keputusan pembelian juga akan meningkat, Pengaruh *brand awareness* terhadap keputusan pembelian Produk Rinso di Alfamart Gayam termasuk kategori cukup kuat, artinya jika *brand awareness* terus di tingkatkan, maka keputusan pembelian juga akan meningkat. Dan Pengaruh *green marketing* dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian Produk Rinso di Alfamart Gayam termasuk kategori cukup kuat, Artinya keputusan pembelian juga akan meningkat. Sedangkan saran yang diajukan adalah Produk rinso hendaknya meningkatkan aktivitas promosi melalui *green marketing*, dengan terus mengeluarkan produk yang tidak mengandung unsur binatang ataupun hewani dengan komponen yang aman bagi konsumen. Produk rinso hendaknya terus meningkatkan *brand awareness* dengan membagikan edukasi yang menarik sehingga daya ingat konsumen terhadap produk tersebut semakin kuat. Produk Rinso hendaknya menarik konsumen untuk menentukan keputusan pembeliannya ke produk rinso dengan mengeluarkan produk yang cocok di beli oleh semua kalangan. Bagi peneliti yang akan datang hendaknya melakukan peneltian lebih lanjut mengenai keputusan pembelian dengan meneliti variabel lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** *Green Marketing, Brand Awareness, Keputusan Pembelian*