

ABSTRAK

Fikri Muharom, 3402200488. "Pengaruh *Green Product* dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi Pada Mahasiswa Konsumen *Le Minerale* di Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan Tahun 2020 Universitas Galuh Ciamis)". Dibawah bimbingan Ibu Dr. Nurdiana Mulyatini S.E., M.M. (Pembimbing I) dan Ibu Hj. Iyus Yustini S.Pd., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Green Product* dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi Pada Mahasiswa Konsumen *Le Minerale* di Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan Tahun 2020 Universitas Galuh Ciamis).

Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: 1]. Bagaimana pengaruh *green product* terhadap keputusan pembelian? 2]. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian? 3]. Bagaimana pengaruh *green product* dan citra merek terhadap Keputusan pembelian? Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar 1]. Pengaruh *green product* terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa konsumen *Le Minerale* di Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan Tahun 2020 Universitas Galuh Ciamis. 2]. Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa konsumen *Le Minerale* di Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan Tahun 2020 Universitas Galuh Ciamis. 3]. Pengaruh *green product* dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa konsumen *Le Minerale* di Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan Tahun 2020 Universitas Galuh Ciamis.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan analisis data yang digunakan yaitu Koefisien Korelasi Sederhana, Koefisien Determinasi, Analisis Koefisien Korelasi Berganda, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis atau Uji Signifikansi (Uji t), Uji Hipotesis atau Uji Signifikansi (Uji F). Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa *green product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan besarnya pengaruh 65,28% dan sisanya 34,72% dipengaruhi oleh faktor lain, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan besarnya pengaruh 71,57% sedangkan 28,43% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain, Kemudian *green product* dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa konsumen *Le Minerale* di Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Galuh Ciamis dengan besarnya pengaruh 76,73% dan sisanya 23,27% dipengaruhi oleh faktor lain. Diharapkan perusahaan *Le Minerale* dapat lebih meningkatkan persepsi produknya sebagai produk yang ramah lingkungan dengan fokus pada promosi dan inovasi berkelanjutan. Dengan demikian, konsumen akan lebih percaya dan memutuskan untuk membeli produk *Le Minerale*.

Kata kunci Green Product, Citra Merek dan Keputusan Pembelian