ABSTRAK

"Pengaruh Pelaksanaan Konsep Pemasaran Hijau dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian di The Body Shop Cabang Bandung Indah Plaza"

Oleh : Tia Suwantari

Pebimbing : Dr. Raeny Dwisanty. SE., M.Si.

Persaingan bisnis yang semakin ketat saat ini menuntut setiap perusahaan untuk selalu bersaing dalam menarik konsumen. Para pengusaha sebagai produsen harus saling berlomba untuk mencari faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih suatu produk dan menyusun strategi pemasaran yang tepat sehingga dapat mendominasi pasar yang ada.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelaksanaan konsep pemasaran hijau dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian di The Body Shop Cabang Bandung Indah Plaza. Metode pengumpulan pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survei yaitu dengan menggunakan kuesioner. Populasi penelitian adalah pelanggan perusahaan kosmetik The Body Shop di Bandung Indah Plaza, dengan jumlah sampel 100 orang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep pemasaran hijau dan sikap konsumen secara simultan memberikan pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 11,4%. Sedangkan secara parsial menunjukan bahwa konsep pemasaran hijau berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan sikap konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti konsep pemasaran hijau dan sikap konsumen mampu meningkatkan keputusan pembelian The Body Shop cabang Bandung Indah Plaza.

Kata Kunci: Konsep Pemasaran Hijau, Sikap Konsumen, Keputusan Pembelian