

Abstrak

Pengaruh *Green Brand* dan *Green Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Di Kota Padang

Oleh: Maulina Rahmi

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis: (1) Pengaruh *green brand* terhadap *green trust*, (2) Pengaruh *green brand* terhadap keputusan pembelian (3) Pengaruh *green trust* terhadap keputusan pembelian.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kausatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berkunjung ke toko The Body Shop di Kota Padang. Teknik pengambilan sampel penelitian ini adalah teknik *non probability sampling* dengan metode *accidental sampling* dengan total sampel berjumlah 100 orang. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur. Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan uji t.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *Green brand* berpengaruh signifikan positif terhadap *Green trust* dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,815 (2) *Green brand* berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,545 (3) *Green trust* berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,434.