

ABSTRAK

Pengaruh *Eco-Label*, *Eco-Brand*, dan *Green Trust* terhadap Perilaku Pembelian Konsumen Produk Sariayu Martha Tilaar di Kota Padang.

Oleh: Rahmawati

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *eco-label*, *eco-brand*, dan *green trust* terhadap perilaku pembelian konsumen produk Sariayu Martha Tilaar di Kota Padang. Jenis penelitian ini adalah kausal komparatif. Masyarakat Kota Padang yang pernah membeli produk Sariayu Martha Tilaar merupakan populasi dalam penelitian ini. Sedangkan sampelnya diambil dengan menggunakan rumus *Cochran*, dengan jumlah 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan angket dengan penilaian skala likert untuk mengukur jawaban responden. Teknik analisis data menggunakan bantuan SPSS versi 20.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) *Eco-label* tidak berpengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen. 2) *Eco-brand* tidak berpengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen. 3) *Green trust* terdapat pengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian konsumen.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Brand, Produk