

ABSTRAK

**Pengaruh Faktor Eco-label, Kesadaran Lingkungan, Dan Green Product Features Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Perusahaan go-green The Body Shop di Kota Padang)
Oleh, Zola Ghassani, 2018
Supervisor: Prof. Dr. Yasri M.S**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis: (1) Pengaruh eco-label terhadap keputusan pembelian konsumen The Body Shop di Padang (2) Pengaruh kesadaran lingkungan terhadap keputusan pembelian konsumen The Body Shop di Padang (3) Pengaruh fitur produk hijau pada keputusan pembelian konsumen The Body Shop di Padang

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan The Body Shop di Padang. Jumlah sampel penelitian ini adalah 151 orang dengan menggunakan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Eco-label tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen The Body Shop di Padang. (2) Kesadaran lingkungan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen The Body Shop di Padang. (3) Green product fitur berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen The Body Shop di Padang

Kesimpulan dari penelitian ini adalah kesadaran lingkungan dan fitur produk hijau menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen The Body Shop di Padang, sedangkan eco-label menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen The Body Shop di Padang. Fitur produk hijau adalah pengaruh tertinggi pada keputusan pembelian pelanggan dalam penelitian ini. Untuk penelitian masa depan lebih baik untuk mengeksplorasi lebih banyak variabel yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan.

Keyword: Eco-label, Environmental Awareness, Green Product Features, Purchase Decision