

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH *GREEN MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DETERGEN RINSO MOLTO YANG DIMEDIASI OLEH CITRA MEREK**

**Oleh:**

**NENENG YUSI MESILIA**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *green marketing* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Detergen Rinso Molto yang dimediasi oleh citra merek. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna Detergen Rinso Molto di Bandar Lampung. Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang dimana pengambilan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Sampel dalam penelitian ini adalah sebesar 110 responden. Jenis Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan metode analisis jalur Hasil analisis menyatakan bahwa *green marketing* berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui citra merek pada Detergen Rinso Molto.

**Kata Kunci:** *Green Marketing*, Keputusan Pembelian dan Citra Merek

## **ABSTRACT**

### **THE EFFECT OF GREEN MARKETING ON PURCHASE DECISION ON RINSO MOLTO DETERGENT PRODUCTS MEDIATED BY BRAND IMAGE**

**By:**

**NENENG YUSI MESILIA**

The purpose of this study aims to find the effect of green marketing on consumer purchase decisions on Rinso Molto detergent mediated by brand image. The population selected in this study were all users of Rinso Molto Detergent in Bandar Lampung. The sampling method used in this study was a non-probability sampling method using a purposive sampling technique in which the sampling was based on certain criteria that had been determined by the researcher. The sample in this study was 110 respondents. This type of research is quantitative using path analysis method. The result of the analysis found that green marketing affected purchase decisions through brand image on Rinso Molto detergent.

Keywords: Green Marketing, Purchase Decision and Brand Image