

**ABSTRAK**  
**ANALISIS FAKTOR PEMBELIAN PRODUK THE BODY SHOP**

**Oleh :**

**SHABRINA SALSABILA**

[shabrinasalsabila82@gmail.com](mailto:shabrinasalsabila82@gmail.com)

Tujuan penelitian adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop dan untuk menentukan faktor – faktor yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bersifat deskriptif. Metode analisis data menggunakan Cochran Q Test. Data akan disajikan menggunakan analisis deskriptif. Populasi penelitian ini adalah konsumen The Body Shop di Indonesia, Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Accidental Sampling*, dan mendapatkan 320 responden. Hasil uji analisis faktor menyatakan bahwa ada 5 faktor yang paling berpengaruh diantara faktor Takut Ketinggalan Zaman, *Green Advertising*, Harga Terjangkau, Rasa Tanggung Jawab Melindungi Lingkungan, Prinsip Brand.

**Kata Kunci: Faktor Dominan Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian  
Produk The Body Shop**

**ABSTRACT****FACTORS ANALYSES ON BUYING THE BODYSHOP PRODUCT**

**By:**  
**SHABRINA SALSABILA**

shabrinasalsabila82@gmail.com

This research aims to determine the factors on Indonesian consumers buying The Body Shop products and which factors are dominant. This research was quantitative and descriptive. The data analysis was the Cochran Q test. The data is shown by descriptive analysis. The population in this study was Indonesian consumers who bought The Body Shop products. The sampling technique was accidental sampling and obtained 320 respondents. The data analysis proved that 5 factors affected the most namely: fear of being out of date, green advertising, affordable price, sense of responsibility to protect the environment, and brand principle.

**Keywords: Dominant Factors That Influence Decisions to Purchase The Body Shop Products**