

PENGARUH *GREEN ADVERTISING*, *GREEN TRUST* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP *PURCHASE DECISION* PRODUK KOSMETIK PADA KALANGAN GENERASI Z PENGGUNA SHOPEE DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Anggi Sapitri

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh iklan hijau, kepercayaan hijau dan ulasan pelanggan online terhadap keputusan pembelian produk kosmetik pada kalangan generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan jumlah sebanyak 127 responden. Jenis data dalam penelitian ini menggunakan data kuantitatif dengan sumber data berupa data primer dengan menggunakan kuesioner *online* yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Statistical Product and Service Solution (SPSS) for windows* versi 23.0. Hasil penelitian menunjukkan iklan hijau berpengaruh terhadap positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kepercayaan hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan ulasan pelanggan *online* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Iklan Hijau, Kepercayaan Hijau, Ulasan Pelanggan Online, Keputusan Pembelian.*



THE EFFECT OF GREEN ADVERTISING, GREEN TRUST AND ONLINE CUSTOMER REVIEW ON PURCHASE DECISIONS OF COSMETIC PRODUCTS AMONG GENERATION Z USERS OF SHOPEE IN THE SPECIAL REGION OF YOGYAKARTA

Anggi Sapitri

Abstract

The purpose of this research was to analyze the effects of green advertising, green trust, and online customer reviews on the purchase decisions of cosmetic products among Generation Z users on Shopee in the Special Region of Yogyakarta. The sampling technique employed in this study was purposive sampling, with a total of 127 respondents. The data collected for this study were quantitative and gathered through an online questionnaire, which was tested for validity and reliability. For analysis, this study utilised the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) software for Windows, version 23.0. The results indicated that green advertising had a positive and significant impact on purchase decisions, green trust had a positive and significant impact on purchase decisions, and online customer reviews had a positive and significant impact on purchase decisions.

Keywords: *Green Advertising, Green Trust, Online Customer Review, Purchase Decision*