

# **PENGARUH *GREEN PRODUCT* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MINUMAN SUSU KEMASAN DI YOGYAKARTA**

**Afriza Azhar Anafi**

## **Abstrak**

Globalisasi memiliki dampak yang cukup besar terhadap lingkungan hidup dengan ditandai dengan adanya kerusakan pemanasan global, pengetahuan tentang isu pemanasan global mengenai masalah lingkungan membuat kesadaran konsumen akan lingkungan hidup meningkat. Tujuan dari penelitian ini untuk melihat pengaruh *green product* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dan teknik pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* dengan jumlah responden 100 yaitu konsumen minuman susu kemasan. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya. Pengujian hipotesis dilakukan dengan cara menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 26. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa *green product* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai sig  $0,000 < 0,05$ , *brand image* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai sig  $0,000 < 0,05$ . Dan *green product* dan *brand image* secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,005$ .

**Kata Kunci :** *Green Product, Brand Image, Keputusan Pembelian*



**PENGARUH GREEN PRODUCT DAN BRAND IMAGE TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MINUMAN SUSU KEMASAN DI  
YOGYAKARTA**

***Afriza Azhar Anafi***

***Abstract***

*Globalization has a significant impact on the environment, marked by the damage of global warming. Knowledge of global warming regarding environmental issues increases consumer awareness of the environment. The purpose of this study is to see the influence of green products and brand image on purchasing decisions. The research method used is quantitative descriptive and the sampling technique is carried out by purposive sampling technique with a total of 100 respondents, namely consumers of packaged milk drinks. Primary data was collected through questionnaires that have been tested for validity and reliability. Hypothesis testing was carried out using multiple linear regression analysis methods using SPSS software version 26. Based on the results of the study, it was found that green products have a significant positive effect on purchasing decisions with a sig value of  $0.000 < 0.05$ , brand image has a significant positive effect on purchasing decisions with a sig value of  $0.000 < 0.05$ . And green products and brand image simultaneously have a significant positive effect on purchasing decisions with a significance value of  $0.000 < 0.005$ .*

***Keyword:*** *Green Product, Brand Image, Purchase Decisions*