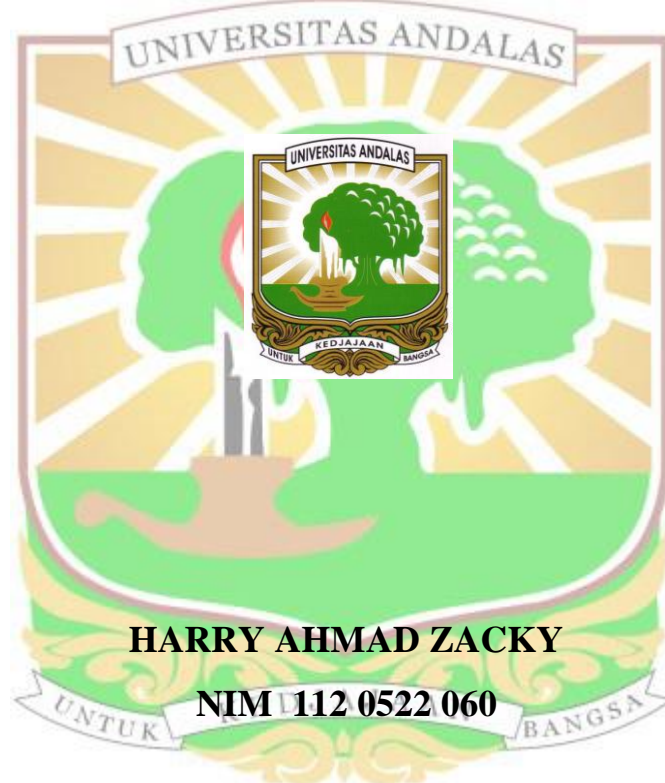


**PENGARUH *GREEN MARKETING MIX*, *GREEN BRAND AWARENESS*, DAN
GREEN ATTITUDE TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HIJAU
(SURVEI PADA KONSUMEN THE BODY SHOP PADANG)**

TESIS

*Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Strata 2
Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas*

Disusun Oleh



Dibimbing Oleh:
Dr. Syafrizal, SE, ME

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2017**

[Type the document title]

[Pick the date]

ABSTRAK

Pada saat ini perilaku ramah lingkungan telah menjadi fenomena. Konsumen lebih peduli terhadap *green product*. Maka tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *green marketing mix*, *green brand awareness*, dan *green attitude* terhadap keputusan pembelian produk hijau. Penelitian ini dilakukan dengan metode survei dengan pengolahan data menggunakan smartPLS 2.0. Yang menjadi objek penelitian adalah konsumen produk The Body Shop di kota Padang.

Dari penelitian yang dilakukan diketahui bahwa *green marketing mix*, *green brand awareness*, dan *green attitude* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Green Marketing Mix, Green Brand Awareness, Green Attitude, Keputusan Pembelian*

