

**PENGARUH *GREEN PRODUCT* DAN *PRODUCT KNOWLEDGE*
TERHADAP *PURCHASE DECISION* PADA PRODUK *THE BODY SHOP***

**(Studi Pada Konsumen Wanita *The Body Shop* Cabang Basko Grand Mall
Padang)**



**Diajukan Oleh:
CHINDY HENDRI
1710526006**

**Dosen Pembimbing :
Hafiz Rahman, SE, MSBS, Ph.D**

**PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS**

PADANG

2019

	No. Alumni Universitas:	CHINDY HENDRI	No. Alumni Fakultas:
	a). Tempat / Tanggal Lahir: Padang / 14 September 1995 b). Nama Orang Tua: Hendri dan Lindrawaty c). Fakultas: Ekonomi d). Jurusan: Manajemen e). No. BP: 1710526006 f). Tanggal Lulus: 15 Oktober 2019 g). IPK: Sangat Memuaskan h). Prediksi Kelulusan: Sangat Memuaskan i). Lama Studi : 2 Tahun 2 Bulan j). Alamat Orang Tua: Jl. Lubuk Begalung RT 002 RW 002 Padang		

PENGARUH *GREEN PRODUCT* DAN *PRODUCT KNOWLEDGE* TERHADAP *PURCHASE DECISION* PADA PRODUK *THE BODY SHOP*

Skripsi S1 Oleh: Chindy Hendri
Pembimbing : Hafiz Rahman, SE, MSBS, Ph.D

ABSTRAK

Pada saat sekarang ini kesadaran akan kerusakan sumber daya alam yang dihasilkan dari aktivitas manusia telah mengangkat masalah perlindungan lingkungan dan kesadaran lingkungan dalam perilaku konsumen. Ini, pada gilirannya, telah meningkatkan permintaan akan *green product* di pasar pada seluruh dunia. Berkembangnya keinginan pelanggan akan produk-produk yang ramah lingkungan membuat perusahaan berlomba-lomba untuk memenuhi kebutuhan tersebut dengan beralih menggunakan bahan-bahan yang ramah lingkungan. Selain *green product*, pengetahuan konsumen akan produknya juga akan berpengaruh terhadap daya beli konsumen. Dengan munculnya *green product* dan ditambah dengan adanya *product knowledge* yang dimiliki konsumen akan mampu meningkatkan *purchase decision* dari produk yang ramah lingkungan seperti *the body shop*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan spss 23.0. Data yang digunakan berupa data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner kepada responden yang berjumlah 100 orang yang menjadi sampel pada penelitian ini. Metode dalam pengambilan sampel pada penelitian ini bersifat *non-probability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada *green product* terhadap *purchase decision* pada produk *the body shop* dan tidak terdapat pengaruh antara *product knowledge* terhadap *purchase decision* pada produk *the body shop*.

Keyword: *green product, product knowledge, purchase decision.*

Skripsi ini telah dipertahankan di depan seminar hasil skripsi dan dinyatakan lulus pada tanggal **15 Oktober 2019**. Abstrak ini telah disetujui oleh pembimbing dan penguji :

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	Hafiz Rahman, SE, MSBS, Ph.D	Dr. Eri Besra, SE, MM	Dr. Verinita, SE, MSi

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Verinita, SE, MSi
NIP. 197208262003122004

Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan Mendapat Nomor Alumnus :

	Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama	Tanda Tangan
No. Alumni Universitas	Nama	Tanda Tangan