

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2020

Sipah Paujiah

120.2016.164

Pengaruh *Green Marketing* dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop di Jakarta Utara serta Tinjauannya dari Sudut Pandang Islam.

143 halaman + xvii halaman + 21 tabel + 4 gambar dan 9 lampiran

Uraian Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh *green marketing* dan pengetahuan konsumen terhadap keputusan pembelian. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Warga Jakarta Utara yang pernah menggunakan produk The Body Shop yang berjumlah 200 orang. Metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *green marketing* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) pengetahuan konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) *green marketing* dan pengetahuan konsumen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dalam syari'at Islam produk The Body Shop telah menerapkan prinsip ekonomi islam yaitu dengan penjualan yang memperhatikan lingkungan, dan anjuran mengkonsumsi produk sesuai kebutuhan umat manusia.

Kata Kunci : *green marketing*, pengetahuan konsumen, dan keputusan pembelian.