

ABSTRAK

Wildan Nugraha Sani 1178020251 : “Pengaruh *Green Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Minat Beli (Studi Pada Pelanggan Kedai Kopi Sarasa Tasikmalaya)

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh beberapa fenomena yang terjadi di Kedai Kopi Sarasa yang menyangkut tentang turunya keputusan pembelian. Informasi tersebut didapat dengan hasil wawancara bahwa ditemukan bahwa menurunnya omset penjualan ini terjadi karena berkurangnya konsumen yang loyal di Kedai Kopi Sarasa, hal tersebut terjadi pada tahun 2019 semester ke 2 hingga 2020, oleh karena itu pemimpin harus mengevaluasi dan menganalisis pasar agar bisa memberikan hasil terbaiknya untuk perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) Pengaruh langsung *green marketing* terhadap keputusan pembelian pada Pelanggan Kedai Kopi Sarasa Tasikmalaya. (2) Pengaruh *green marketing* terhadap minat beli pada pelanggan Kedai Kopi Sarasa Tasikmalaya. (3) Pengaruh minat membeli terhadap keputusan pembelian pada pelanggan Kedai Kopi Sarasa Tasikmalaya. (4) Pengaruh *green marketing* terhadap keputusan pembelian yang dimediasi minat beli pada pelanggan Kedai Kopi Sarasa Tasikmalaya. Metode Penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli di Kedai Kopi Sarasa dalam kurun waktu 8 bulan yang berjumlah 3932 orang.. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, kuesioner dan studi kepustakaan. analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji realibilitas, uji statistik deskriptif, Uji hipotesis mediasi (metode *causal step*, uji sobel).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *Green Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) *Green Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli (3) Minat Beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (4) Minat beli memediasi secara parsial pengaruh antara *Green Marketing* terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: *Green Marketing*, Minat Beli, dan Keputusan Pembelian



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG