

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *green marketing* terhadap keputusan pembelian dan implikasinya terhadap loyalitas konsumen pada konsumen Ades. Penelitian ini dilakukan di D.I. Yogyakarta.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*, dan *nonprobability sampling* yang digunakannya adalah *purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 200 orang yang merupakan konsumen yang pernah mengkonsumsi air mineral Ades. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modelling* dengan bantuan software Amos. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *green marketing* secara langsung berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, *green marketing* secara langsung berpengaruh langsung terhadap loyalitas konsumen, keputusan pembelian secara langsung berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, dan *green marketing* secara tidak langsung memiliki pengaruh lebih kecil terhadap loyalitas konsumen melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening.

Kata Kunci: *Green Marketing*, Keputusan Pembelian, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

This study aims to determine how much influence of green marketing on purchase decision and implications for customer loyalty on consumer Ades. This research was conducted in D.I. Yogyakarta.

The sampling method used in this study is nonprobability sampling, and nonprobability sampling used was purposive sampling. The number of samples in this study as many as 200 people who are consumers who have consumed mineral water Ades. Data were collected using a questionnaire. The data in this study using Structural Equation Modelling with Amos. The results of this study prove that green marketing directly has significant effect on purchase decision, green marketing directly has significant effect on customer loyalty, purchase decision has significant effect on customer loyalty, and green marketing indirectly have a smaller effect on customer loyalty through purchase decision.

Keywords: Green Marketing, Purchase Decision, and Customer Loyalty