

## ABSTRAK

Yozi Putri Sakinah, 2019422032, Magister Manajemen (2021) “Pengaruh *Green Marketing*, Persepsi Kualitas, Gaya Hidup, dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian produk Herbal HNI HPAI” dibawah bimbingan bapak Prof. Dr. H. Ismuhadjar, MM selaku pembimbing I dan bapak Dr. Yulasmi, MM selaku pembimbing II.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Green Marketing*, Persepsi Kualitas, Gaya Hidup, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian melalui produk herbal HNI HPAI. Populasi dalam penelitian ini merupakan konsumen produk herbal HNI HPAI kota Payakumbuh. Pengambilan sampel menggunakan metode *random sampling* dengan banyak sampel yaitu 100 responden. Metode pengumpulan data yaitu berupa kuisisioner dan metode analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis yaitu: uji t, uji f, dan  $R^2$  dengan menggunakan alat bantu SPSS Versi 22.0.

Berdasarkan hasil penelitian secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *green marketing* terhadap keputusan pembelian. Persepsi kualitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Terdapat pengaruh yang tidak signifikan antara *brand image* terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian secara bersama-sama (uji f) terdapat pengaruh yang signifikan antara Green Marketing, persepsi kualitas, gaya hidup dan brand image secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian, dengan kontribusi sebesar 48,7% sedangkan sisanya sebesar 51,3 % lagi dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan yang didapat oleh **Kartikasari dkk (2018)**, **Arumsari dan Alifiana (2017)**, dan **Givan dan Winarno (2019)**

**Kata Kunci : *Green Marketing*, Persepsi Kualitas, Gaya Hidup, *Brand Image*, Keputusan Pembelian**