

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran citra merek dalam memediasi pengaruh persepsi *green marketing* terhadap keputusan pembelian. Informasi yang didapat dari penelitian ini sangat penting bagi manajemen perusahaan sebagai bahan pertimbangan peningkatan strategi *green marketing* dan strategi peningkatan citra merek agar keputusan pembelian dapat di tingkatkan. Subjek penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli produk lampu Philips LED di Yogyakarta.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Metode pengumpulan dengan menggunakan kuisisioner dan diperoleh 120 responden. Analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan program AMOS sebagai alat analisisnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *green marketing* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, Citra merek mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Green marketing* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Citra merek berperan sebagai mediasi parsial dalam pengaruh *green marketing* terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *Green Marketing*, Citra merek dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The research is aimed to discover the role of brand image as medium of perception influence of green marketing towards the purchase decision. Information gained from this research is really important to the company's management as a consideration to increase the green marketing's strategy and brand image developing strategy so that the purchase can be increased. The subject of the research is the whole customers who buy the Philips LED lamp in Yogyakarta

The data collecting technique that is used in this research is purposive sampling. The data collecting method is using questionnaire along 120 respondents. The data analysis is using SEM with AMOS system as analysis tool. The result of this research shows that green marketing has a positive influence and significant towards the brand unage. The brand image has a positive influence and significant towards purchase choice. Green marketing has a positive influence and significant towards the purchase decision. The brand image acts as a partial mediation in the influence of green marketing towards purchase decision.

Keywords: Green Marketing, Brand Image and Purchase Decision.