

ABSTRAK

Dani Septian Saputra. 2021. *Analisis Pengaruh Karakteristik Konsumen dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan (Studi Kasus Masyarakat Kota Metro)*. Skripsi. Program Studi manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (1) H. Suwanto, S.E., M.M. (2) Fitriani, S.E., M.M.

Kata kunci: Karakteristik Konsumen, Faktor Sosial, Keputusan Pembelian.

Kepedulian lingkungan merupakan sikap simpati seseorang terhadap keadaan lingkungan. Munculnya kepedulian terhadap lingkungan dapat mengubah seseorang dalam menentukan produk yang akan dipilih dengan mempertimbangkan dampak yang akan terjadi pada lingkungan. Perusahaan mulai lebih memperhatikan green marketing di beberapa industri, namun demikian, tidak semua perusahaan memiliki cukup kemampuan untuk melakukan strategi pemasaran hijau. Oleh karena itu diperlukan upaya untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang terkait dengan keputusan pembelian produk ramah lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh karakteristik konsumen dan faktor sosial terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan pada masyarakat Kota Metro.

Desain penelitian adalah penelitian kuantitatif atau penelitian verifikatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *explanatory survey*. Objek dalam penelitian ini adalah karakteristik konsumen, faktor sosial dan keputusan pembelian produk ramah lingkungan. Kegiatan penelitian ini dilakukan di Kota Metro. Populasi penelitian adalah konsumen di Kota Metro dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 96 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Alat analisis yang digunakan adalah menggunakan analisa kualitas data dan analisis regresi linier berganda dengan program SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan *secara* partial karakteristik konsumen dan faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan. Secara simultan juga menunjukkan bahwa karakteristik konsumen dan faktor sosial berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan.