

ABSTRAK
**PENGARUH *GREEN MARKETING TOOLS* TERHADAP PERILAKU
PEMBELIAN KONSUMEN : STUDI PADA MEREK AQUA
PT. DANONE INDONESIA**

Eleina Mahnasari Ardha Yulianto
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2023

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui: 1) pengaruh penggunaan *eco-label* terhadap perilaku pembelian konsumen, 2) pengaruh penggunaan *eco-brand* terhadap perilaku pembelian konsumen, 3) pengaruh penggunaan *environmental advertisement* terhadap perilaku pembelian konsumen, 4) pengaruh penggunaan *green marketing tools* secara simultan terhadap perilaku pembelian konsumen. Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret 2023. populasi dalam penelitian ini adalah konsumen produk air mineral merek Aqua khususnya konsumen Aqua yang berdomisili di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Responden pada penelitian ini sebanyak 100 orang dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linear berganda, Uji F dan Uji T dengan menggunakan SPSS 25. hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) penggunaan *eco-label* berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian konsumen, 2) penggunaan *eco-brand* berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian konsumen, 3) penggunaan *environmental advertisement* berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian konsumen, 4) penggunaan *green marketing* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian konsumen.

Kata kunci: *Eco-label*, *Eco-brand*, *Environmental Advertisement*, dan Perilaku Pembelian Konsumen.

ABSTRACT
THE INFLUENCE OF GREEN MARKETING TOOLS ON CONSUMER
PURCHASE BEHAVIOR : STUDY ON AQUA BRAND
PT. DANONE INDONESIA

Eleina Mahnasari Ardha Yulianto
Sanata Dharma *University*
Yogyakarta
2023

This study aims to determine: 1) the influence of using eco-labels on consumer buying behavior; 2) the influence of using eco-brands on consumer buying behavior; 3) the influence of using environmental advertisements on consumer buying behavior, 4) the influence of using green marketing tools simultaneously on consumer buying behavior. This research was conducted in March 2023. The population in this study were consumers of Aqua brand mineral water products, especially Aqua consumers who live in the Special Region of Yogyakarta. Respondents in this study were 100 people with a purposive sampling technique. The analysis technique used in this research is the multiple linear regression analysis technique, F test and T test using SPSS 25. The results of this study show that: 1) the use of eco-labels had a significant influence on consumer buying behavior, 2) the use of eco-brands had a significant influence on consumer buying behavior, 3) the use of environmental advertisements had a significant influence on consumer buying behavior, 4) the use of green marketing simultaneously had a significant influence on consumer buying behavior.

Keywords: Eco-label, Eco-brand, Environmental Advertisement, and Consumer Purchase Behavior.