

ABSTRAK

PENGARUH DIMENSI GREEN ADVERTISING TERHADAP NIAT BELI AIR MINUM DALAM KEMASAN (AMDK) MEREK ADES DI BANDAR LAMPUNG

**Oleh
RIFKY ALFIANSYAH**

Green advertising adalah suatu tindakan untuk mempengaruhi perilaku konsumen dengan mendorong konsumen untuk membeli produk yang tidak berbahaya bagi lingkungan dan mengarahkan perhatian konsumen kepada konsekuensi positif dari perilaku pembelian mereka. Sebagai respon terhadap isu lingkungan, konsumen dan perusahaan ikut dalam upaya pelestarian lingkungan. Salah satu bentuk kepedulian lingkungan perusahaan adalah dengan menciptakan *Green Advertising*. Salah satu perusahaan yang menggunakan *Green Advertising* adalah *PT Coca Coca Company*. Permasalahan dalam penelitian ini adalah produk Ades yang gencar melakukan *Green Advertising* sejak 2011, Ades masih menduduki posisi di bawah pesaing utamanya dengan perbedaan gap yang cukup besar. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah dimensi *Green Advertising* berpengaruh terhadap niat pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) merek ades di Bandar Lampung. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *Purposive Sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang mengetahui iklan air minum dalam kemasan (AMDK) merek Ades. Metode analisis statistik yang terdiri dari, analisis regresi linier berganda, pengujian signifikan simultan (uji F), pungujian signifikan parsial (uji t), dan analisis determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Sikap Terhadap Iklan, Iklan Informatif, dan Efektivitas Iklan berpengaruh positif secara signifikan dengan sumbangannya sebesar 56,5% terhadap niat pembelian. Hasil analisis kuantitatif membuktikan bahwa sub variabel Efektivitas Iklan (X_3) memberikan pengaruh paling besar dengan nilai sebesar 0,407 sedangkan sub variabel Sikap Terhadap Iklan (X_1) memberikan pengaruh terkecil dengan nilai sebesar 0,245.

Kata kunci : Dimensi *Green Advertising* , dan Niat Pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF DIMENSION OF GREEN ADVERTISING AGAINST PURCHASING INTENTION OF DRINKING WATER IN PACKAGING (AMDK) BRAND ADES IN BANDAR LAMPUNG

**BY
RIFKY ALFIANSYAH**

Green advertising is a the act of to influence behavior of consumers by pushing consumers to purchase products harmless for the environment and focused consumers to consequences positive of behavior their purchases .In response to the environment, consumers and companies involved in the environmental conservation efforts.One form of awareness of environment the company is by creating green advertising.One of the companies that uses green advertising is pt coca coca company. Problems in this research is the product ades in do green advertising since 2011, ades is still in a position under their main competitors to the difference gap large enough.The purpose of this research is to know whether dimensions green advertising impact on intention the purchase of drinking water in packaging (amdk) brand ades in bandar lampung. A method of the sample collection uses the method of sampling non-probability with purposive techniques of sampling .The total sample in research are always 100 respondents who knew advertising drinking water in packaging (amdk) brand ades .A method of statistical analysis consisting of, linear regression analysis worship of idols , testing significant test simultaneous (f). Significant partial test them, and analysis determinasi.hasil the research indicated that the variable an attitude toward advertising, advertising than informative, and effectiveness of advertising have had a positive impact significantly with contributions of 56.5 % of intention the purchase. The results of the analysis quantitative prove that sub variable the effectiveness of an advertisement (x3) impact the greatest with the of 0,407 while sub variable an attitude toward an advertisement (x1) impact smallest with the of 0,245 .

Password: dimensions green advertising , and the purchase intention