

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF GREEN PRODUCT, GREEN ADVERTISING AND GREEN PACKAGING ON CONSUMER CHOICE OF MOLTO ULTRA SEKALI BILAS (STUDY ON CONSUMERS IN BANDAR LAMPUNG)**

**By**

**MARIA ARNES**

*The aim of this research is to determine influence green product, green advertising, and green packaging on consumer choice of Molto Ultra Sekali Bilas on Consumers Molto Ultra Sekali Bilas in Bandar Lampung. The type of research used descriptive research. Analysis of the data using multiple linear regression technique with SPSS 22 test equipment. Test using R test, F test, and t test. The technique of collecting data used is questionnaires. Sample used 100 Consumers Molto Ultra Sekali Bilas in Bandar Lampung. The results showed that partially green product and green packaging have significant effect on consumer choice of Molto Ultra Sekali Bilas with value 0,243 and 0,695. However, green advertising variable significant has significant negative effect on consumer choice of Molto Ultra Sekali Bilas with value (-0,193) and the result for F test is 0,349. While simultaneously green product, green advertising, and green packaging have significant effect on consumer choice of Molto Ultra Skali Bilas.*

**Keyword: Green Product, Green Adverising, Green Packaging, Consumer Choice**

## ABSTRAK

### **PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN ADVERTISING* DAN *GREEN PACKAGING* PADA *MOLTO ULTRA SEKALI BILAS* TERHADAP PILIHAN KONSUMEN (Studi pada Konsumen *Molto Ultra Sekali Bilas* di Bandar Lampung)**

Oleh

**MARIA ARNES**

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *green product*, *green advertising* dan *green packaging* terhadap pilihan konsumen *Molto Ultra Sekali Bilas* pada Konsumen *Molto Ultra Sekali Bilas* di Bandar Lampung. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Analisis data menggunakan teknik regresi linier berganda dengan alat uji *SPSS 22*. Pengujian menggunakan uji R, uji F dan uji T. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Sampel yang digunakan 100 Konsumen *Molto Ultra Sekali Bilas* di Bandar Lampung. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel *green product* dan *green packaging* berpengaruh signifikan terhadap pilihan konsumen *Molto Ultra Sekali Bilas* dengan nilai sebesar 0,243 dan 0,695. Tetapi, variabel *green advertising* berpengaruh signifikan negatif terhadap pilihan konsumen *Molto Ultra Sekali Bilas* dengan nilai sebesar (-0,193) dan untuk hasil uji simultan sebesar 0,349. Sedangkan secara simultan *green product*, *green advertising* dan *green packaging* berpengaruh signifikan terhadap pilihan konsumen *Molto Ultra Sekali Bilas*.

Kata Kunci: *Green Product*, *Green Advertising*, *Green Packaging*, Pilihan Konsumen