

ABSTRAK

PENGARUH *GREEN PRODUCT*, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA KONSUMEN PRODUK UHT ULTRA MILK DI BANDAR LAMPUNG)

Oleh

FIANDA PUTRI DHARMAWAN

Indonesia memiliki potensi besar di bidang agribisnis, termasuk sektor peternakan seperti susu UHT yang kian diminati, namun Ultra Milk sebagai pemimpin pasar mengalami penurunan indeks pada Top Brand Award 2024 sehingga perlu evaluasi terhadap faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *green product*, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk UHT Ultra Milk di Bandar Lampung. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode eksplanatori. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang mengonsumsi susu UHT Ultra Milk di Bandar Lampung. Prosedur pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability* dan teknik *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 100 responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan SPSS sebagai alat pengolahan data. Penelitian ini memperbarui studi dengan mengintegrasikan variabel *green product* sebagai dimensi keberlanjutan yang relevan dalam konteks saat ini. Selain itu, penelitian ini berbeda dari penelitian terdahulu dalam hal indikator yang digunakan dan lokasi penelitian. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data menunjukkan bahwa variabel *green product* secara parsial berpengaruh namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel harga dan variabel kualitas produk berpengaruh signifikan. Secara simultan, ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk UHT Ultra Milk di Bandar Lampung. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi strategi komunikasi pemasaran yang lebih efektif dalam meningkatkan persepsi dan pemahaman konsumen terhadap nilai *green product*.

Kata Kunci : *Green Product*, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF GREEN PRODUCT, PRICE, AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASE DECISIONS (A STUDY ON UHT ULTRA MILK CONSUMERS IN BANDAR LAMPUNG)

By

FIANDA PUTRI DHARMAWAN

Indonesia has significant potential in the agribusiness sector, including livestock, with UHT milk becoming increasingly popular. However, Ultra Milk, as a market leader, experienced a decline in its index in the 2024 Top Brand Award, indicating the need to evaluate the factors influencing consumer purchasing decisions. This study aims to determine the effect of green product, price, and product quality on the purchasing decisions of UHT Ultra Milk consumers in Bandar Lampung. This research uses a quantitative approach with an explanatory method. The population consists of consumers who consume UHT Ultra Milk in Bandar Lampung. The sampling technique used is non-probability with purposive sampling, and a total of 100 respondents were selected. Data analysis was conducted using multiple linear regression with SPSS as the data processing tool. This study updates previous research by integrating the green product variable as a sustainability dimension relevant to the current context. In addition, this study differs from earlier studies in terms of the indicators used and the research location. The results of the study show that the green product variable has a partial but not significant effect on purchasing decisions, while the price and product quality variables have a significant effect. Simultaneously, the three variables have a significant influence on purchasing decisions for UHT Ultra Milk in Bandar Lampung. Future research is recommended to explore more effective marketing communication strategies to enhance consumer perception and understanding of green product value.

Keywords: Green Product, Price, Product Quality, Purchase Decision