

ABSTRAK

PENGARUH DESAIN RAMAH LINGKUNGAN, PEMASARAN PENGALAMAN HIJAU, DAN KOMUNITAS PRAKTIK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI DOESOEN COFFEE BANDAR LAMPUNG (KAJIAN PERILAKU KONSUMEN BERBASIS KEBERLANJUTAN DALAM MENDUKUNG PENCAPAIAN TUJUAN PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN)

Oleh

RAIHAN ABDUL FATTAH

Studi ini meneliti pengaruh Desain Hijau, Pemasaran Pengalaman Hijau, dan Komunitas Praktik terhadap keputusan pembelian konsumen di Doesoen Coffee Bandar Lampung. Dengan menggunakan survei kuantitatif terhadap 385 konsumen, data dianalisis melalui regresi linier berganda untuk menilai efek parsial dan simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yang mengindikasikan bahwa strategi berorientasi keberlanjutan meningkatkan pengalaman konsumen dan mendorong perilaku konsumsi yang bertanggung jawab. Studi ini berkontribusi pada implementasi Tujuan Pembangunan Berkelanjutan 12 (Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab) dengan menyoroti peran keputusan pembelian konsumen dalam mendukung praktik bisnis berkelanjutan.

Kata Kunci: Desain Hijau, Pemasaran Pengalaman Hijau, Komunitas Praktik, Keputusan Pembelian, Tujuan Pembangunan Berkelanjutan 12

ABSTRACT

THE EFFECT OF GREEN DESIGN, GREEN EXPERIENTIAL MARKETING, AND COMMUNITY OF PRACTICE ON PURCHASE DECISIONS AT DOESOEN COFFEE BANDAR LAMPUNG (A SUSTAINABILITY-BASED CONSUMER BEHAVIOR STUDY SUPPORTING THE ACHIEVEMENT OF THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS)

By

RAIHAN ABDUL FATTAH

This study examines the influence of Green Design, Green Experiential Marketing, and Community of Practice on consumer purchase decisions at Doesoen Coffee Bandar Lampung. Using a quantitative survey of 385 consumers, data were analyzed through multiple linear regression to assess both partial and simultaneous effects. The findings reveal that all variables have a positive and significant influence on purchase decisions, indicating that sustainability-oriented strategies enhance consumer experience and encourage responsible consumption behavior. This study contributes to the implementation of Sustainable Development Goal 12 (Responsible Consumption and Production) by highlighting the role of consumer purchasing decisions in supporting sustainable business practices.

Keywords: *Green Design, Green Experiential Marketing, Community of Practice, Purchase Decision, Sustainable Development Goal 12*