

ABSTRAK

PENGARUH PRODUK RAMAH LINGKUNGAN (GREEN PRODUCT) DAN GARANSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TUPPERWARE PT. BINA SUKSES BERSAMA KEDIRI

Penelitian ini dilakukan untuk meneliti pengaruh produk ramah lingkungan (*green product*) terhadap keputusan pembelian produk Tupperware. Data dikumpulkan dalam penelitian ini melalui metode koesioner terhadap 92 responden. Dan teknik penentuan sampel menggunakan metode *accidental sampling*, Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis kuantitatif yaitu meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F serta uji koefisien determinasi (uji R^2). Data yang telah memenuhi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda serta uji hipotesis menggunakan analisis jalur SPSS sehingga menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut;

$Y = 10,095 + 0,124X_1 + 0,557X_2 + e$. Dari pengujian diperoleh hasil variabel *green product*, garansi dan keputusan pembelian secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan signifikan. Dari pengujian diperoleh hasil variabel *green product*, garansi dan keputusan pembelian secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $f_{hitung} 8,594 > 3,09$ (f_{hitung}) dan nilai signifikansi 0,000. Secara parsial *green product* bernilai positif dan berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $t_{hitung} 806 < 1,989$ dan signifikansi 423. Sedangkan garansi bernilai positif dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $t_{hitung} 3,961 > 1,989$ dan signifikansinya 0,000. Garansi memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian produk Tupperware di PT. Bina Sukses Bersama Kediri. Karena memiliki pengaruh yang paling besar.

Kata kunci: garansi, *green product*, dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

**PENGARUH PRODUK RAMAH LINGKUNGAN (GREEN PRODUCT) DAN
GARANSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TUPPERWARE
PT. BINA SUKSES BERSAMA KEDIRI**

This research was conducted to examine the effect of green products on purchasing decisions for Tupperware products. Data were collected in this study through a questionnaire method to 92 respondents. And the sample determination technique uses accidental sampling method, the data analysis method used is quantitative analysis method which includes validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, hypothesis testing through t test and F test and the coefficient of determination test (R2 test). Data that has met the validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear regression test and hypothesis testing using SPSS path analysis to produce the following regression equation; $Y = 10.095 + 0.124X_1 + 0.557X_2 + e$. From the test, the results of the green product variable, guarantee and purchasing decisions simultaneously have a positive and significant effect on decisions and are significant to the test. , 09 (f count) and a significance value of 0.000. Partially green products are positive and have no significant effect on purchasing decisions with a tcount of 806 <1.989 and a significance of 423. While the guarantee is positive and has a significant effect on purchasing decisions with a value of t count 3.961 > 1.989 and a significance of 0.000. Guarantee has a dominant influence on the decision to purchase Tupperware products at PT. Bina Sukses with Kediri. Because it has the greatest influence.

Keywords: warranty, green product, and purchase decision.