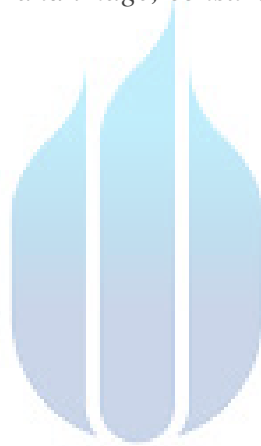


ABSTRACT

This study aims to determine the effect of green product and brand image on consumer purchase decision of organic rice in South Meruya. Data were collected through the 150 respondents using questionnaires distributed to consumer organic rice in the region of South Meruya. Analysis of the data used is the statistical analysis in the form of assumption and the quality of research instruments and test measurement model fit using the program LISREL 8.80. Results of this study show that green product do not significantly influence the purchase decision of consumers, while the brand image significantly influence consumer purchase decision organic rice in South Meruya.

Keywords: *green product, brand image, consumer purchase decision.*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk hijau dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen beras organik di Meruya Selatan. Data dikumpulkan melalui 150 responden dengan menggunakan kuesioner yang disebar ke konsumern beras organik di wilayah Meruya Selatan. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk uji asumsi dan kualitas instrumen penelitian dan uji kecocokan model pengukuran dengan menggunakan program LISREL 8.80. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk hijau tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, sementara citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen beras organik di Meruya Selatan.

Kata kunci: produk hijau, citra merek, keputusan pembelian konsumen.

