

## ABSTRAK

Perkembangan Fashion di Indonesia semakin tahun semakin meningkat. Dengan demikian industri garmen merupakan perusahaan yang muncul untuk memenuhi kebutuhan konsumen terutama kebutuhan mengenai fashion. Banyaknya perusahaan garmen dan industri tekstil dan pakaian jadi ini akan menghasilkan limbah dari sisa hasil produksi, limbah yang di hasilkan juga cukup banyak sesuai dengan banyak perusahaan garmen di indonesia saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Green Product*, Inovasi, Harga terhadap keputusan pembelian pada produk Kaset Kaki Kain Perca. Populasi yang dianalisis pada penelitian ini adalah konsumen yang telah mengetahui produk kaset kaki kain perca. Adapun jumlah sampel yang dianalisis sebanyak 165 konsumen. Analisis data dilakukan dengan menggunakan Smart-PLS (*Partial Least Square*), dengan instrumen penelitian adalah kuesioner. Variabel yang di teliti dalam penelitian ini yaitu green product (X1), inovasi (X2), Harga (X3) dan keputusan pembelian (Y). Hasil menunjuka bahwa green prodcct berpengaruh terhadap keputusan pembelian, inovasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** *Green Product*, Inovasi, Harga, Keputusan Pembelian.



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## **ABSTRACT**

*The development of fashion in Indonesia is increasing every year. Thus, the garment industry is a company that emerged to meet consumer needs, especially fashion needs. The large number of garment companies and textile and apparel industries will produce waste from the remainder of the production, the waste produced is also quite large in accordance with many garment companies in Indonesia today. This research aims to analyze the influence of Green Products, Innovation, Price on purchasing decisions for Patchwork Foot Mat products. The population analyzed in this study were consumers who were familiar with patchwork foot mat products. The number of samples analyzed was 165 consumers. Data analysis was carried out using Smart-PLS (Partial Least Square), with the research instrument being a questionnaire. The variables examined in this research are green product (X1), innovation (X2), price (X3) and purchasing decisions (Y). The results show that green products influence purchasing decisions, innovation influences purchasing decisions and price influences purchasing decisions.*

**Keywords:** *Green Product, Innovation, Price, Purchase Decision.*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA