

ABSTRAK

Muh. Irsyandi, 2022, *Pengaruh Strategi Green Marketing dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada PT. Intan Nirwana Nusantara)*. Skripsi, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Buyung Ramadhoni dan Aulia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh strategi green marketing dan penetapan harga terhadap keputusan pembelian pada PT. Intan Nirwana Nusantara. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan teknik survey dengan cara menyebar kuesioner dan studi dokumentasi. Populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 41 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda yang diolah dengan menggunakan bantuan *Software SPSS 26*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel green marketing tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel penetapan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

KATA KUNCI: *Green marketing, Harga, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

Muh. Irsyandi, 2022, Effect of Green Marketing Strategy and Pricing on Purchase Decisions (Case Study at PT. Intan Nirwana Nusantara). Thesis, Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Supervised by Buyung Ramadhonii and Aulia.

This study aims to determine and analyze the effect of green marketing strategy and pricing on purchasing decisions at PT. Intan Nirwana Nusantara. The data collection technique used in this research is survey technique by distributing questionnaires and studying documentation. The population and samples used in this study were 41 respondents. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis which is processed using SPSS 26 . Software.

The results showed that the green marketing variable had no effect on purchasing decisions. While the pricing variable has a positive and significant effect on purchasing decisions.

KEYWORDS: *Green marketing, Price, Purchase Decision.*