

ABSTRAK

Nama : Ade Dhitta Vianda
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh *Green Marketing*, Kualitas Produk, Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Scarlett Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *green Marketing*, kualitas produk, dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Scarlett di kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh. Metode yang digunakan adalah kuantitatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden yang dipilih dengan teknik pengambilan sampel *non probability*. Analisis data dilakukan menggunakan Regresi Linier Berganda dan juga pengujian hipotesis dengan alat bantu aplikasi *e-views* 12. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *green marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan kepercayaan konsumen memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : *Green Marketing*, Kualitas Produk, Kepercayaan Konsumen, Keputusan Pembelian, *Skincare* , Mahasiswa, Universitas Malikussaleh.