

## 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.