

ABSTRAK

Saat ini kosmetik telah menjadi kebutuhan sehari-hari yang tidak dapat dipisahkan dari gaya hidup masyarakat Indonesia. Wanita adalah makhluk yang identik dengan keindahan, wanita selalu ingin tampil cantik dalam berbagai keadaan dan selalu ingin menjadi pusat perhatian bagi sekelilingnya. Hal inilah yang menjadi alasan mengapa wanita senang mempercantik diri dengan menggunakan berbagai macam kosmetik.

Pada akhirnya, dengan adanya green product memberikan suatu tantangan kepada para perusahaan-perusahaan yang memproduksi produk kecantikan. Tantangan yang didapatkan yaitu memperhatikan mengenai aspek keramahan lingkungan, produsen kosmetik harus memastikan agar produk kosmetik yang dihasilkan oleh masing-masing perusahaan sudah ramah lingkungan dan aman untuk digunakan oleh para konsumen. Perusahaan yang pintar akan menganggap tantangan ini bukan sebagai suatu ancaman melainkan sebagai peluang untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah regresi Linier Sederhana. Populasi penelitian adalah Mahasiswa Fakultas Ilmu Terapan Telkom University dimana sampel yang diambil sebanyak 100 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk The Body Shop hanya berpengaruh sebesar sebesar 2,6% tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan, sedangkan 97,4% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci :Green Product, Keputusan Pembelian, The Body Shop.