

## ABSTRAK

Seiring berkembangnya pemikiran manusia akan sesuatu, para konsumen juga mulai berpikir untuk memilih produk yang bisa diunggulkan sebagai prioritas utama. Sebagai konsumen yang bijak tentu kita sangat memikirkan kualitas yang ditawarkan sebuah produk untuk dijadikan bahan pertimbangan apakah produk tersebut layak untuk dikonsumsi atau tidak.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *green marketing* dan *brand awareness* terhadap Keputusan Pembelian pada produk AMDK merek Aqua (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Telkom University).

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yang berfokus pada Pengaruh *Green Marketing* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Telkom University)

Berdasarkan hasil penelitian dan uji hipotesis yang telah dilakukan, variabel *green marketing* dan *brand awareness* secara simultan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yang artinya semakin baik *green marketing* dan *brand awareness* maka akan semakin baik pula keputusan pembelian. (2) Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, variabel *green marketing* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yang artinya semakin baik *green marketing*, maka keputusan pembelian akan semakin baik pula, dan begitu pula sebaliknya. (3) Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, variabel *brand awareness* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yang artinya semakin baik *brand awareness*, maka keputusan pembelian akan semakin baik pula, dan begitu pula sebaliknya.

Peneliti berharap dengan adanya hasil penelitian ini, agar dapat menambahkan variabel independen lain yang tentunya dapat mempengaruhi keputusan pembelian, seperti : mengenali masalah, tindakan melakukan evaluasi alternatif, keputusan pembelian perilaku pasca pembelian dan lain sebagainya  
**Kata kunci :** *Green Marketing*, *Brand Awareness*, dan Keputusan Pembelian