ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi *brand awareness* serta implikasi terhadap keputusan pembelian produk kecantikan *Love Beauty and Planet* di Kabupaten Kudus. Penelitian ini terdiri dari tiga variabel independen, satu variabel intervening, dan satu variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *product quality, green marketing*, dan *brand image.* Variabel intervening dalam penelitian ini adalah *brand awareness*, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini ialah keputusan pembelian.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna produk kecantikan *Love Beauty and Planet* di Kabupaten Kudus. Sampel yang digunakan sebanyak 115 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah *Structural Equation Modeling* (SEM) yang dioperasikan melalui program AMOS 24.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *product quality, green marketing,* serta *brand image* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sedangkan *product quality, green marketing,* serta *brand image* berpengaruh positif terhadap *brand awareness.* Sementara untuk *brand awareness* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *Product Quality, Green Marketing, Brand Image*, Keputusan Pembelian.

SEMARANG
FEB UNDIP