

ABSTRAK

PENGARUH *GREEN MARKETING*, *SOCIAL INFLUENCE*, DAN *BRAND AWARENESS*, TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DUPA INCENSE STICKS

(Studi pada Konsumen Dupa Kaori di Kota Denpasar)

Banyaknya kebutuhan dupa di Bali mendorong banyaknya pula bermunculan merek baru yang membuat setiap merek harus memiliki kelebihan yang mampu meningkatkan *purchase intention* terhadap produknya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *green marketing* terhadap *purchase intention*, pengaruh *social influence* terhadap *purchase intention*, dan pengaruh *brand awareness* terhadap *purchase intention* dupa incense sticks merek Kaori di Kota Denpasar. Ketiga faktor tersebut penting dalam memengaruhi *purchase intention* Dupa Kaori, walaupun masih ada faktor lain pula yang dapat memengaruhi.

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah masyarakat di kota Denpasar yang mempunyai minat beli dupa Kaori. Teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling*, adapun jumlah sampel yang diambil sebanyak 154 responden. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis adalah analisis regresi linear berganda dibantu oleh sistem SPSS 25.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *green marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, *social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, dan *brand awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. Hasil analisis koefisien determinasi bahwa besarnya koefisien determinasi R^2 sebesar 0,667. Hal ini berarti kontribusi *green marketing*, *social influence*, dan *brand awareness* terhadap *purchase intention* sebesar 66,7% sedangkan sisanya 33,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Kata Kunci: *green marketing*, *social influence*, *brand awareness*, dan *purchase intention*