

## RINGKASAN

Penelitian ini merupakan penelitian studi empiris pada produk kosmetik Mustika Ratu. yang berjudul “**Analisis Pengaruh Produk Hijau, Kesadaran Merek, Norma Subyektif Terhadap Sikap Pada Merek Untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian**”. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh produk hijau, kesadaran merek, norma subyektif terhadap sikap pada merek serta pengaruh sikap pada merek terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik Mustika Ratu di Kota Cirebon.

Jumlah sampel yang digunakan adalah 100 responden dengan teknik pengumpulan sampel menggunakan metode *accidental sampling/convenience sampling*. Subyek penelitian ini adalah pengguna kosmetik Mustika Ratu di Kota Cirebon. Obyek penelitian yang digunakan adalah produk hijau, kesadaran merek, norma subyektif, sikap pada merek dan keputusan pembelian. Dengan metode Analisis Jalur dan Regresi Sederhana, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk hijau, kesadaran merek, norma subyektif memiliki pengaruh positif terhadap sikap pada merek. Serta sikap pada merek juga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Implikasi dari kesimpulan penelitian adalah pihak Mustika Ratu untuk menjaga reputasi yang selama ini sudah dipersepsikan baik oleh konsumen, perusahaan harus berusaha mempertahankan dan meningkatkan reputasi kosmetik Mustika Ratu dengan cara tetap menggunakan bahan-bahan alami tradisional Indonesia dan konsumen dapat merasakan manfaat dari penggunaan produk kosmetik Mustika Ratu. Kesadaran merek pada kosmetik Mustika Ratu juga harus terus ditingkatkan, dengan cara melakukan promosi yang unik dan menarik, melakukan *endorser*, menjadi sponsor acara-acara kecantikan agar kosmetik Mustika Ratu lebih dikenal luas oleh masyarakat sehingga produk kosmetik Mustika Ratu akan lebih akrab dibenak konsumen. Selain itu, produk kosmetik Mustika Ratu juga harus menjaga kualitasnya agar konsumen tetap merasa puas dengan produk kosmetik Mustika Ratu dan akan merekomendasikan produk kosmetik Mustika Ratu kepada teman atau keluarganya. Dengan tetap menggunakan bahan-bahan alami dan menjaga kualitas produknya diharapkan dapat meningkatkan sikap pada merek yang positif terhadap kosmetik Mustika Ratu dan mendorong adanya keputusan pembelian produk kosmetik Mustika Ratu.

Kata Kunci : Produk Hijau, Kesadaran Merek, Norma Subyektif, Sikap Pada Merek, dan Keputusan Pembelian.

## SUMMARY

*This research is an empirical study on the Mustika Ratu cosmetics entitled “Influence Green Product, Brand Awareness, Subjective Norms Against Attitude on Brand to Improve Purchase Intention”. The purpose of this research is to analyze the influence of green product , brand awareness , subjective norms against attitude on brand as well as the influence attitude on brand of the decision of the purchase by other cosmetic products Mustika Ratu in the city of Cirebon .*

*The numbers of sample used is 100 respondents with a sample collection technique using accidental sampling method. The subjects of this study were the users of cosmetic products Mustika Ratu in the City of Cirebon. The object of research is the green product, brand awareness, subjective norms, attitude on brand, and purchase intention. Using Path Analysis and Simple Regression, the results of this study indicate that the green product, brand awareness, subjective norms have positive influence toward attitude on brand. As well as attitude on brand also have a positive influence on the purchase intentions.*

*Implications of the conclusion research is the Mustika Ratu to keeping with the reputation of for has been perceived good by consumers, companies should try to defend and increase reputation cosmetics Mustika Ratu with her in a fixed manner using materials natural traditional Indonesia and consumers can feel benefits from the use of other cosmetics products Mustika Ratu. Awareness brand in cosmetics Mustika Ratu also should be continuously improved, by conducting a promotion unique and interesting, do endorser, becomes sponsor occasions that cosmetics and beauty more widely known by the community so that the product cosmetics Mustika Ratu will be familiar on consumers. In addition , other cosmetic products mustika Ratu must also keep its quality so that consumers will remain are satisfied with the other cosmetic products mustika Ratu would recommend other cosmetic products Mustika Ratu to a friend or his family .With is committed to using natural materials and maintaining the quality of their products expected to improve in attitude on a brand that give a positive response to the Mustika Ratu and purchase intention to the cosmetics Mustika Ratu .*

*Keywords: Green Product, Brand Awareness, Subjective Norms, Attitude on Brand, Purchase Intention.*