PENGARUH *GREEN ADVERTISING* MOLTO ULTRA SEKALI BILAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA IBU RUMAH TANGGA DI DESA PANGAUBAN KECAMATAN KATAPANG KABUPATEN BANDUNG

ABSTRAK

Penelitian yang berjudul Pengaruh *Green Advertising* Molto Ultra Sekali Bilas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ibu Rumah Tangga Di Desa Pangauban Kecamatan Katapang Kabupaten Bandung menjelaskan tentang pentingnya air bersih bagi kehidupan sehari hari. Produk Molto Ultra Sekali Bilas hadir sebagai salah satu solusi untuk pengehematan penggunaan air. Dalam penelitian ini subjeknya adalah ibu rumah tangga di Desa Pangauban, ibu rumah tangga yang ada di Desa ini sangat peduli dengan lingkungan. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh *green advertising* Molto Ultra Sekali Bilas terhadap keputusan pembelian pada ibu rumah tangga Di Desa Pangauban Kecamatan Katapang Kabupaten Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dari jenis penelitian kausal. Populasi penelitian ini adalah Ibu Rumah Tangga yang ada di Desa Pangauban berjumlah 98 orang. Teknik sampling yang digunakan yaitu *Purposive Sampling*, dengan teknik analisis data regresi linier sederhana.

Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa *green advertising* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai regresi sebesar 0,290 artinya *green advertising* mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 29% selebihnya 71% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci: green advertising, keputusan pembelian, Molto Ultra Sekali Bilas