

ABSTRACT

Marketing-oriented concept of community not only relies on community needs, but also can bring prosperity through environmental responsibility around; in this case the product and the marketing are more environmentally friendly. Application of green products and green advertising might attract widespread public sympathy, and even requirements for operational permits, production and ease of obtaining bank credit facility or tax relief may be considered by the government that is now more incentive to campaign for the concept and implementation of policies and regulations of corporate social responsibility. The objectives of this study was to determine whether there is influence of green product and green advertising toward consumer involvement and also its impact on consumer purchasing decisions Laksmi florist company. A survey with analysis of individual consumer of Lakmi florist is conducted, while path analysis is used to determine the effect among variables. The results showed that green advertising as well as green product provide a positive and significant influence on consumer involvement that have an impact on consumer purchasing decisions of Laksmi Florist company.

Keywords: *green product, green advertising, customer involvement, purchase process decision*

ABSTRAK

Konsep masyarakat yang berorientasi pada pemasaran tidak hanya bergantung pada kebutuhan masyarakat, tetapi juga dapat membawa kesejahteraan melalui tanggung jawab terhadap lingkungan sekitar; dalam hal produk dan pemasaran yang lebih ramah lingkungan. Aplikasi dari produk-produk dan iklan hijau mungkin menarik simpati publik yang luas, dan bahkan persyaratan untuk ijin operasional, produksi dan kemudahan memperoleh fasilitas kredit bank atau pajak; juga dapat dimanfaatkan oleh pemerintah yang sekarang sedang kampanye untuk konsep dan pelaksanaan kebijakan dan peraturan tanggung jawab social perusahaan. Tujuan dari studi ini untuk menentukan apakah ada pengaruh produk dan iklan hijau menuju keterlibatan konsumen dan juga dampak pada konsumen keputusan pembelian perusahaan Laksmi Florist. Sebuah survei dengan analisis konsumen individu dilakukan, sementara analisis jalur digunakan untuk menentukan efek di antara variabel. Hasilnya menunjukkan bahwa iklan hijau dan juga produk hijau menyediakan pengaruh yang positif dan signifikan dalam pengikutsertaan konsumen yang memiliki efek dalam putusan pembelian konsumen Laksmi Florist.

Kata kunci: *produk hijau, iklan hijau, pengikutsertaan konsumen, proses putusan pembelian*