ABSTRAK

Banyaknya kerusakan lingkungan dan adanya perubahan iklim yang tidak menentu akibat pemanasan global merupakan hal yang patut untuk diperhatikan oleh semua makhluk yang ada di bumi. Perusahaan harus mulai menerapkan pemasaran hijau untuk dapat berkompetisi dan menjaga lingkungan.Mulai banyak rumah makan vegetarian salah satunya RM. Kehidupan.Mengetahui dan menganalisis bagaimana tanggapan konsumen serta besar pengaruh secara parsial dan simultan variabel *green perceived value*,*green perceived quality*,*green satisfaction* dan *repurchase intention* pada RM. Kehidupan. Metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif – kausalitas merupakan metode yang digunakan. Sampel diambil dengan *non-probability sampling* dengan *purposive sampling*, menggunakan kuesioner yang disebar kepada 100 konsumen yang pernah mengonsumsi makanan vegetarian di RM. Kehidupan. Analisis deskriptif dan analisis jalur adalah teknik yang digunakan untuk menganalisis. Didapat hasil secara parsial, *green perceived value*, *green perceived quality* berpengaruh signifikan terhadap *green satisfaction*. Kemudian, *green perceived value* dan *green perceived quality* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *green satisfaction* sebesar 50,9%. Selanjutnya, secara parsial *green perceived value, green perceived quality, green satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intention.* Kemudian, *green perceived value, green perceived quality*,dan *green satisfaction* secara simultan berpengaruh terhadap *repurchase intention* sebesar 56,8%. Pengaruh tidak langsung dengan melalui *green satisfaction* memiliki pengaruh yang lebih besar daripada pengaruh langsung.

Kata kunci: *green perceived value, green perceived quality, green satisfaction, repurchase intention.*