

## ABSTRAK

Meningkatnya kesadaran masyarakat tentang bagaimana kondisi lingkungan yang terpengaruh oleh limbah sampah plastik membuat terjadinya penyesuaian pada pola konsumsi masyarakat. Hal tersebut juga yang membuat perusahaan mulai serius menerapkan kegiatan seperti *green marketing* pada kegiatan transaksi mereka.

Starbucks sebagai salah satu perusahaan yang menyumbang beberapa jenis sampah plastik dituntut dapat berkontribusi dalam upaya pelestarian lingkungan. Namun adanya fakta bahwa jumlah sampah yang terus meningkat termasuk sampah berjenis plastik diduga akibat adanya ketidakpastian tentang apa yang mendorong konsumen dalam membeli sebuah *green product*.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana pengaruh faktor yang ada pada *Green Product* mempengaruhi Keputusan Pembelian, penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dibantu dengan *software (SPSS) statistical package for social science* versi 24 sebagai media aplikasinya. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan penyebaran kuisioner yang disebar kepada 100 responden yang pernah membeli produk pada gerai Starbucks serta skala ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Skala Likert* dengan skala 1 -5

Berdasarkan hasil pengolahan data, dapat diketahui bahwa kelima faktor yang dimiliki oleh *green product* yaitu Dukungan Perlindungan Lingkungan, Dorongan Rasa Tanggung Jawab, Pengalaman Penggunaan Produk Hijau, Citra Perusahaan Ramah Lingkungan, dan Daya Tarik Sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Sedangkan berdasarkan hasil pengaruh variabel-variabel secara parsial ada 2 variabel yang berpengaruh signifikan yaitu Pengalaman Penggunaan *Green Product* dan Citra Perusahaan Ramah Lingkungan. Sedangkan 3 variabel lainnya tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Berdasarkan hasil tersebut ada baiknya Starbucks mulai melakukan kegiatan yang sesuai dengan hasil variabel yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci : Pemasaran Hijau, Produk Hijau, Keputusan Pembelian**