

## ABSTRAK

Masalah sampah plastik di Indonesia lagi-lagi menjadi sorotan publik. Melihat perkembangan masalah sampah plastik, agaknya pemerintah sudah harus cepat memperbaiki sistem pengelolannya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Jenna R. Jambeck dari University of Georgia, pada tahun 2010 ada 275 ton sampah plastik yang dihasilkan seluruh dunia. Sekitar 4,8-12,7 juta ton diantaranya terbuang dan mencemari laut.

*Green product* menjadi pilihan yang tepat untuk mengatasi masalah dari isu terhadap lingkungan tersebut. Penggunaan *green product* adalah suatu strategi pemasaran yang dilakukan untuk membangun citra merek dan pola pikir dari konsumen. Seperti yang dilakukan oleh perusahaan sepatu ternama Converse. Converse mengolah limbah plastik untuk dijadikan sneakers ramah lingkungan yang diberi nama Converse Renew Canvas. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *green brand image* terhadap minat beli pada sepatu Converse Renew Canvas.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian hubungan kausal. Penelitian ini dilakukan pada konsumen Converse di Kota Bandung. Jenis data yang dibutuhkan untuk penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* jenis *purposive sampling*, dengan jumlah responden diambil sebanyak 100 responden yang menggunakan sepatu Converse. Kemudian untuk teknik analisis menggunakan analisis regresi linier sederhana dan pengolahan data menggunakan *software SPSS* versi 23.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara signifikan menunjukkan bahwa *green brand image* memiliki pengaruh terhadap minat beli pada sepatu Converse Renew Canvas. Hasil koefisiensi determinasi *green brand image* berpengaruh terhadap minat beli sebesar 42,5% dan sisanya sebesar 57,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti kualitas produk, promosi dan *brand personality*.

**Kata kunci:** Converse, Converse Renew Canvas, *green brand image*, minat beli