

ABSTRAK

Bumi sebagai tempat tinggal berbagai makhluk hidup, pemanasan global merupakan tantangan serius yang dihadapi saat ini. Pemanasan ini disebabkan oleh faktor kenaikan suhu permukaan laut, pemanasan udara, dan pola konsumsi yang tidak teratur. Gaya hidup dan aktivitas manusia, termasuk masalah limbah juga ikut berperan sebagai penyebab pemanasan global yang perlu diatasi. Untuk mengurangi pencemaran lingkungan Starbucks Coffee menerapkan *green marketing* untuk limbah yang lebih baik. Konsumen tidak hanya melihat suatu produk dari segi merek dan harga, namun juga melihat produk dari kualitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk halal, green marketing, adaptasi informasi, keputusan pembelian, kepuasan pelanggan terhadap loyalitas, melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan penelitian deskriptif dan kausalitas serta metode analisis SEM-PLS. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik nonprobability sampling dengan jumlah sebanyak 386 pelanggan Starbucks Coffee di Kota Bandung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Produk Halal, *Green Marketing*, Keputusan Pembelian serta Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada pelanggan Starbucks Coffee di Kota Bandung.

Kata kunci : *Halal product, Green Marketing, Information Adaption, Purchase Decisio, Loyalitas Pelanggan, Customer Satisfaction*