

ABSTRAK

Industri kuliner di Indonesia semakin berkembang khususnya di kota Bandung. Banyaknya jenis restoran yang menawarkan berbagai macam menu masakan, mulai dari restoran dengan menu berbahan dasar daging, hingga restoran dengan *Green Product*. Restoran Kehidupan Tidak Pernah Berakhir (KTPB) merupakan salah satu restoran vegan di Bandung yang peduli terhadap lingkungan. KTPB memberikan edukasi kepada konsumen mengenai *green product* dan pola hidup sehat dengan mengonsumsi sayur-sayuran.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan *green trust* dalam meningkatkan *green purchase behaviour*. Metode penelitian kuantitatif dengan jenis deskriptif terhadap 100 responden, yaitu konsumen Restoran Kehidupan Tidak Pernah Berakhir. Analisis yang digunakan Regresi Linier Sederhana. Pengolahan data menggunakan Aplikasi SPSS 24.

Hasil penelitian menunjukkan *green trust* memiliki peranan dalam meningkatkan *green purchase behaviour* sebesar 0,131. Artinya *green trust* memiliki peranan dalam meningkatkan *green purchase behaviour* sebesar 13,1%. Selebihnya $(100 - 13,1\%) = 86,9\%$ dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti yang kiranya dapat meningkatkan *green purchase behaviour*.

Kata Kunci : *Green Marketing, Green Trust, Green Purchase Behavior, Green Product*