

ABSTRAK

Saat ini permasalahan sampah plastik menjadi perbincangan hangat dari berbagai kalangan hal ini dikarenakan sampah plastik yang memiliki sifat merusak. Indonesia menempati posisi kedua di dunia sebagai negara dengan pencemaran sampah plastik. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk menghadapi permasalahan ini adalah dengan *green marketing* sebagai upaya dalam mengurangi dampak lingkungan. Salah satu *brand* yang menerapkan *green marketing* adalah Love, Beauty, And Planet.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *green marketing* terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening pada produk Love, Beauty, And Planet. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dan menggunakan metode analisis deskriptif dengan teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* menggunakan SmartPLS. Teknik *sampling* pada penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan sampel berjumlah 400 responden yang pernah melakukan pembelian dan menggunakan produk Love, Beauty, And Planet yang berasal dari kalangan millennials.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, variabel *green marketing*, minat beli dan keputusan pembelian termasuk dalam kategori baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dan positif pada *green marketing* terhadap keputusan pembelian, *green marketing* terhadap minat beli terdapat pengaruh signifikan dan positif, minat beli terhadap keputusan pembelian terdapat pengaruh signifikan dan positif serta pengaruh signifikan dan positif pada *green marketing* terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh minat beli.

Kata Kunci : *Green Marketing*, Keputusan Pembelian, Minat Beli