

ABSTRAK

Penelitian ini berawal dari ditemukannya permasalahan pada keputusan pembelian hijau. Masalah yang terlihat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian hijau yang diakibatkan oleh *green product* dan *green advertising*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *green product* dan *green advertising* terhadap keputusan pembelian hijau baik secara parsial maupun simultan pada Air Minum Dalam Kemasan AQUA di Kota Bandung. Metode yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 97 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner. Data yang digunakan adalah data interval dengan mentransformasikan data ordinal ke interval terlebih dahulu menggunakan *method of succesive interval variabel* (MSI). Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, korelasi berganda, koefisien determinasi, dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *green product* dan *green advertising* terhadap keputusan pembelian hijau. Besarnya pengaruh *green product* dan *green advertising* terhadap keputusan pembelian hijau secara simultan sebesar 70,40% dan sisanya 29,60% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial *green product* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian hijau sebesar 33,40% dan *green advertising* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian hijau sebesar 37,00%.

Kata Kunci : *Green Product*, *Green Advertising* dan Keputusan Pembelian Hijau