

## ABSTRAK

Kesadaran konsumen terhadap isu-isu lingkungan telah menjadi fokus perhatian global yang terus berkembang. Upaya yang dilakukan untuk menjaga lingkungan dengan mengubah kebiasaan menjadi membeli produk hijau. Namun, karena ketidaktahuan sebagian masyarakat akan keberadaan produk tersebut diperlukan kampanye yang bertujuan menyampaikan pesan-pesan positif. Salah satunya, yang mengusung *campaign* tema lingkungan yaitu Work Coffee Indonesia dengan *campaign* "Less Waste More Coffee" oleh Work Coffee Indonesia. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh *campaign* "Less Waste, More Coffee" terhadap peningkatan *green awareness* konsumen Work Coffee Indonesia. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Work Coffee Indonesia dengan kriteria yang ditetapkan. Metode pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Jenis data primer dan sekunder dengan teknik analisis regresi linear sederhana. Pada uji hipotesis t ditemukan bahwa masing-masing variabel independen dan variabel dependen memiliki pengaruh. Maka, *campaign* terbukti berpengaruh terhadap peningkatan *green awareness* dengan keseluruhan tingkat signifikan sebesar 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ) dan didapatkan  $H_0$  ditolak serta  $H_1$  diterima. Sehingga *campaign* berpengaruh terhadap peningkatan *green awareness* konsumen Work Coffee Indonesia.

**Kata kunci:** *Campaign, Green Awareness.*