

ABSTRAK

Makanan cepat saji atau *fast food* merupakan pilihan alternatif bagi konsumen yang memiliki keterbatasan waktu di zaman sekarang. Namun kesehatan juga merupakan bagian penting dalam pemilihan makanan. KFC (*Kentucky Fried Chicken*) adalah satu-satunya restoran cepat saji di Indonesia yang menggunakan beras organik, Hal ini merupakan fenomena menarik untuk diteliti. Inovasi produk beras organik yang bermanfaat bagi kesehatan konsumen dan diharapkan mampu meningkatkan minat beli konsumen dengan menggunakan penerapan *Green Marketing* yang dilakukan oleh KFC.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen KFC cabang Riau kota Bandung dan sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh *Green Marketing* terhadap Keputusan Pembelian. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode analisis deskriptif kuantitatif dan analisis regresi sederhana.

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan bahwa tanggapan terhadap responden mengenai *green marketing* terhadap keputusan pembelian memiliki pengaruh yang signifikan dengan tingkat yang kuat. Besarnya pengaruh *Green Marketing* terhadap keputusan pembelian sebesar 66,7%, sisanya (100%-66,7%) sebesar 33,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata kunci : Green Marketing dan Keputusan Pembelian.