

ABSTRAK

Perkembangan industri kuliner di Indonesia semakin meningkat dan beragam, hal ini ditandai dengan mulai banyaknya jenis restoran yang menyediakan ragam kuliner bagi para penggemar *green product*. Fenomena ini di iringi dengan kesadaran akan cinta terhadap lingkungan dan minat konsumen terhadap makanan yang sehat. Dari data yang diteliti oleh An Hang yang dipublikasikan oleh *National Product America* disampaikan bahwa penyebab dari pemanasan global dan efek gas rumah kaca di dunia sebesar 13% disebabkan oleh faktor penggunaan bahan bakar untuk kendaraan bermotor, dan 50-60% disebabkan oleh gas metana, NO₂ dan H₂S yang ditimbulkan dari kotoran hewan pada peternakan. Berdasarkan pengamatan *The National Aeronautics and Space Administration* (NASA) pada tahun 2007 bahwa kutub utara sudah mencair es-nya sebesar 70% dan hutan Amazone ditebang 75% untuk dijadikan sebagai peternakan. (Hasil wawancara dengan pihak manajemen perusahaan, 2017)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan *green perceived value* dalam meningkatkan *green purchase behaviour*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif terhadap 100 responden yaitu konsumen Restoran Kehidupan Tidak Pernah Berakhir. Analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan *green perceived value* memiliki peranan dalam meningkatkan *green purchase behaviour* sebesar 0,547, artinya *green perceived value* memiliki peranan dalam meningkatkan *green purchase behaviour* sebesar 54,7%. Selebihnya $(100 - 54,7\%) = 45,3\%$ dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti yang kiranya dapat meningkatkan *green purchase behaviour*.

Kata Kunci : *Green Perceived Value, Green Purchase Behaviour*

