

ABSTRAK

Melihat beberapa perusahaan besar saat ini sudah banyak melakukan strategi untuk memperbanyak penjualan mereka dan membuat produk lebih dikenal oleh masyarakat, banyak perusahaan-perusahaan berkembang atau industri rumahan yang mulai termotivasi untuk mengikuti jejak-jejak perusahaan besar tersebut dengan melaksanakan salah satu strategi yaitu *Green Marketing* yang menyamakan dengan pola pikir masyarakat saat ini terhadap pentingnya menjaga pencemaran lingkungan serta menjaganya.

Penelitian ini bertujuan menganalisis *Green Marketing* yang berpengaruh signifikan terhadap *Keputusan Pembelian* di CV.Vannisa Brownies Bandung. Penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif dengan perhitungan regresi linier sederhana. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan CV.Vannisa Brownies sebanyak 100 responden.

Dengan dibuktikan hasil koefisien determinasi bahwa pengaruh *Green Marketing* terhadap *Keputusan Pembelian* di CV.Vannisa Brownies Bandung R square sebesar 18,4%, sedangkan sisanya 81,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka peneliti berkesimpulan bahwa pengaruh *Green Marketing* memberikan dampak yang efektif terhadap *Keputusan Pembelian*.

Kata kunci : *Green Marketing, Keputusan Pembelian, Regresi Linier Sederhana*