

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *green product*, *green price*, *green place*, dan *green promotion* terhadap perilaku pascapembelian konsumen air minum dalam kemasan di Kabupaten Bandung dan daerah sekitarnya. Pada penelitian ini digunakan pengambilan sampel dengan rumus Bernoulli dan menggunakan *margin of error* sebesar 10% dan didapat responden sebanyak 100 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden yang merupakan konsumen air minum dalam kemasan. Dalam Kuesioner terdapat pernyataan-pernyataan terkait masing-masing variabel yang diteliti pada penelitian ini. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dan kausal. Dimana dalam penelitian ini hasil dari data akan di deskripsikan mengenai pengaruh *green product*, *green price*, *green place*, dan *green promotion* terhadap perilaku pascapembelian konsumen air minum dalam kemasan, kemudian menjelaskan hubungan diantara kedua variabel tersebut. Serta menggunakan regresi linier berganda karena menggunakan variabel X yang lebih dari satu. Dari hasil penelitian *green product* memperoleh persentase sebesar 66,95% , *green price* sebesar 71,25% , *green place* sebesar 69,35%, *green promotion* 69,2% dan perilaku pascapembelian konsumen sebesar 69,8%. Dan besarnya pengaruh *green product*, *green price*, *green place*, dan *green promotion* terhadap perilaku pascapembelian konsumen air minum dalam kemasan adalah 55,1% dan sisanya 44,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya.