

ABSTRAK

PT Pertamina memproduksi bahan bakar Pertalite yang dianggap ramah lingkungan dan memiliki kualitas yang baik dengan harapan dapat sejalan dengan meningkatnya produksi kendaraan bermotor yang memiliki spesifikasi minimal menggunakan bahan bakar minyak berkualitas tinggi. Volume penjualan bahan bakar Pertalite menunjukkan peningkatan penjualan yang signifikan mencapai 40,6% dari total seluruh bahan bakar. Produk ini memiliki keuntungan bagi lingkungan, dengan biaya atau dampak lingkungan yang tidak sebesar produk non-ramah lingkungan, membawa manfaat yang baik untuk lingkungan maupun perusahaan.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana tanggapan konsumen tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian *green product* bensin Pertalite di Kota Bandung dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap keputusan pembelian.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner kepada 400 responden yang merupakan konsumen bahan bakar Pertalite. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif serta uji asumsi klasik dan analisis regresi linear berganda menggunakan *Software SPSS v21*.

Berdasarkan hasil pengolahan data, variabel *Supporting environmental Protection* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian, yang kedua variabel *Social Appeal*, ketiga variabel *Drive for Environmental responsibility* dan keempat *Environmental Friendliness of Companies* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menghasilkan nilai R^2 sebesar 55,3% yang berarti model ini dapat digunakan untuk mengukur keputusan pembelian.

Kata kunci: Pemasaran, Pemasaran Hijau, Produk Hijau, Lingkungan, Keputusan Pembelian