ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perbedaan green purchasing behaviour pada konsumen laki-laki dan perempuan di Work Coffee Bandung. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dengan metode survei, dengan karakteristik deksrikptif dan komparatif. Populasi konsumen laki-laki dan perempuan di Work Coffee Bandung tidak diketahui jumlahnya secara pasti sehingga sampel ditentukan dengan rumus *bernoulli* sebanyak 100 responden. Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah pengambilan *non-probability sampling* dengan cara *Purposive Sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan lokasi di Kota Bandung. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif, normalitas, dan uji beda *Independent Sample T-test.*

Hasil penelitian menunjukan bahwa *green purchasing behaviour* pada konsumen laki-laki berada pada kategori baik dan perempuan dengan kategori sangat baik. Dan menunjukan bahwa terdapat perbedaan signifikan antara *green purchasing behaviou*r laki-laki dan perempuan di Work Coffee Bandung. Dengan mean pada konsumen laki-laki sebesar 61,10 dan perempuan sebesar 64,88. Dari uji hipotesis dengan *Independet sample T-test* hasil sig. 2 tailed yang didapatkan yaitu 0,006 dimana lebih kecil dibanding 0,05 maka dapat disimpulkan terdapat perbedaan yang signifikan antara konsumen laki-laki dan perempuan di Work Coffee Bandung.

Kata kunci: *Green marketing, gender, green purchasing behaviour*