

ABSTRAK

Polusi plastik merupakan salah satu permasalahan lingkungan yang sedang dihadapi oleh masyarakat. Salah satu sampah plastik yang menyebabkan meningkatnya jumlah timbunan sampah berasal dari botol air minum dalam kemasan (AMDK). Hal tersebut membuat banyak masyarakat khawatir, sehingga menumbuhkan kesadaran tentang pentingnya menjaga kelestarian lingkungan. Karena semakin tingginya kepedulian masyarakat terhadap lingkungan, maka timbulah fenomena baru dalam dunia pemasaran yaitu berupa konsep *green marketing*. Salah satu perusahaan AMDK yang menerapkan konsep *green marketing* adalah AMDK Ades dengan kampanye peduli lingkungan mereka yang berslogan “Pilih, Minum, dan Remukkan”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *green marketing* dan *brand image* terhadap minat beli AMDK Ades di Indonesia. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode non-probability sampling dengan teknik purposive sampling. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Sedangkan alat analisis yang digunakan dengan bantuan SPSS versi 20. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah uji Analisis Regresi Berganda. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi (R^2), diperoleh nilai 0,572. Dari hasil analisis regresi linier berganda dapat disimpulkan bahwa *Green Marketing* (X_1), dan *Brand Image* (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli (Y) AMDK ADES di Indonesia baik secara parsial maupun simultan dengan pengaruh total sebesar 57,2% sedangkan 42,8% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Green Marketing*, *Brand Image*, Minat Beli