

ABSTRAK

Akhir-akhir ini masyarakat dunia sedang dihebohkan dengan isu pemanasan global. Bahkan sebagian sudah menganggap pemanasan global menjadi masalah utama di bumi. Salah satu penyebab pemanasan global ini adalah kurangnya kesadaran akan menjaga lingkungan dengan kebiasaan membuang sampah secara sembarangan, terlebih sampah plastik. Bandung salah satu kota yang menyumbang sampah plastik cukup besar di Indonesia. Oleh sebab itu pemahaman masyarakat tentang *Green Brand Knowledge* yang baik dapat meningkatkan niat beli produk yang ramah lingkungan.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besar pengaruh *Green Brand Knowledge* terhadap *Green Purchase Intention* pada Toko Organik kota Bandung Tahun 2020. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *non probability sampling*. Dan teknik analisis data pada penelitian ini dengan menggunakan Regresi Linear Sederhana.

Hasil dari penelitian ini adalah *Green Brand Knowledge* memiliki pengaruh parsial terhadap *Green Purchase Intention* dengan nilai signifikansi sebesar 0,00 sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan hipotesis H0 ditolak dan pernyataan hipotesis H1 diterima.

Kata Kunci : Green Brand Knowledge, Green Purchase Intention, Regresi Linear Sederhana.