

ABSTRAK

Dalam beberapa tahun terakhir produk Tropicana Slim menjadi top brand untuk kategori pemanis pengganti gula. Disamping itu terjadi penurunan penjualan produk Tropicana Slim di Jawa Barat dari 2017 sampai 2019. Lokasi penelitian ini berada di kota Bandung karena kota Bandung merupakan ibukota dari provinsi Jawa Barat dan salah satu kota hijau yang berada di Indonesia. Penelitian bertujuan untuk mengetahui *Green Brand Knowledge* dan *Attitude Toward Green Brand* terhadap *Green Purchase Intention* pada Produk Tropicana Slim di kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif kausalitas. Pengambilan sampel menggunakan *Nonprobability Sampling* dengan jumlah responden 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif, Analisis Regresi Linear Berganda, *Method of Successive Interval* (MSI) dan Uji Asumsi Klasik.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, variabel *Green Brand Knowledge*, *Attitude Toward Green Brand* dan *Green Purchase Intention* termasuk kedalam kategori baik. Berdasarkan hasil analisis kuantitatif bahwa variabel *Green Brand Knowledge* dan *Attitude Toward Green Brand* berpengaruh positif dan signifikan baik secara simultan maupun parsial terhadap *Green Purchase Intention*. Berdasarkan koefisien determinasi bahwa *Green Brand Knowledge* dan *Attitude Toward green brand* dapat mempengaruhi *Green Purchase Intention* sebesar 56,9% dan sisanya sebesar 43,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata Kunci : *Green Brand Knowledge*, *Attitude Toward Green Brand*, *Green Purchase Intention*