

ABSTRAK

Di masa ini, isu pemanasan global merupakan suatu masalah yang dirasakan dampaknya oleh seluruh penduduk bumi. Dengan, makin maraknya kampanye untuk menyelamatkan bumi, sektor industri juga beralih menggunakan strategi marketing secara ramah lingkungan. KFC yang mengeluarkan KFC Naughty by Nature dengan ciri khasnya memproduksi menu makanan sehat dengan bahan berkualitas. Penelitian ini, dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *green marketing* terhadap *brand image* KFC Naughty by Nature Senopati Jakarta Selatan. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif melalui proses pengujian yaitu uji analisis regresi, koefisien determinasi, hipotesis, validitas, dan reliabilitas. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *green marketing* berpengaruh terhadap *brand image* KFC Naughty by Nature Senopati Jakarta Selatan. Hasil perhitungan mendapatkan hasil yaitu nilai t hitung lebih besar dari t tabel, karena t hitung sebesar 20,306 dan t tabel sebesar 1,960. Maka, H_0 diterima yang artinya ada pengaruh antara *green marketing* terhadap *brand image* KFC Naughty by Nature Senopati Jakarta Selatan. Dan dari hasil koefisien determinasi, *green marketing* berpengaruh sebesar 50,9% pada *brand image* KFC Naughty by Nature Senopati Jakarta Selatan.

Kata Kunci: *Green Marketing, KFC Naughty by Nature, Brand Image*