

## ABSTRAK

Pemanasan global salah satunya yaitu berakibat dari sampah yang sulit terurai yaitu sampah plastik. Diantaranya adalah sampah mikro plastik yang dapat menyusup ke tubuh manusia melalui alat makan dan minum yang digunakan sehari-hari. Maka perusahaan Deles ikut terlibat dalam penerapan green marketing dengan memproduksi produk tumbler Deles untuk mengurangi kemasan plastik untuk minumannya. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh *Green Product*, *Green Promotion*, *Green Price*, *Green Place* terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Deles Genteng, Banyuwangi. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen produk minuman Deles Genteng, Banyuwangi. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang yang menggunakan teknik *purposive sampling*. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Metode analisis pada penelitian ini menggunakan analisis linear berganda. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer yaitu kuesioner. Data dianalisis dengan regresi linier berganda, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji t, uji f, dan uji determinasi dengan alat bantu pengujian yang digunakan adalah SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *green product* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel *green promotion*, *green price* dan *green place* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : *Green Product*, *Green Promotion*, *Green Price*, *Green Place*

## **ABSTRACT**

*Global warming is one of the results of waste that is difficult to decompose, namely plastic waste. Among them is micro plastic waste that can infiltrate the human body through eating and drinking utensils used daily. So the Deles company is involved in applying green marketing by producing Deles tumbler products to reduce plastic packaging for their drinks. The purpose of this study was to analyze the effect of Green Product, Green Promotion, Green Price, Green Place on Purchasing Decisions for Deles Beverage Products Genteng, Banyuwangi. The population in this study were consumers of Deles Genteng products, Banyuwangi. The sample in this study were 100 people who used purposive sampling technique. This type of research is descriptive quantitative. The analysis method in this study is multiple linear regression analysis. The data used in this study used primary data, namely questionnaires. The data were analyzed by multiple linear regression, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, t test, and determination test with the testing tool used is SPSS. The results of this study indicate that the green product variable does not have a significant effect on purchasing decisions. Meanwhile, the variables of green promotion, green price and green place have a significant effect on purchasing decisions.*

*Keywords : Green Product, Green Promotion, Green Price, Green Place*

