

ABSTRAK
**PENGARUH *GREEN MARKETING*, *GREEN PACKAGING* DAN *GREEN BRAND IMAGE* TERHADAP *GREEN PURCHASE INTENTION* PADA
PRODUK AMDK AQUA LIFE DI KOTA YOGYAKARTA**

ARYA ADIYATMA SISWANTO PUTRA
NIM. 141220364

Mahasiswa Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta
aryadiyatmasputra@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Green Marketing*, *Green Packaging*, dan *Green Brand Image* terhadap *Green Purchase Intention* pada produk AMDK AQUA Life di Kota Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang mengetahui produk AQUA Life, berpotensi membeli produk AMDK ramah lingkungan, dan berdomisili di Kota Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*, sedangkan analisis data dilakukan dengan regresi linear berganda menggunakan IBM SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *Green Marketing*, *Green Packaging*, dan *Green Brand Image* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *Green Purchase Intention*. (2) *Green Marketing*, *Green Packaging*, *Green Brand Image* secara parsial, berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Green Purchase Intention*.

Kata Kunci: *Green Marketing*, *Green Packaging*, *Green Brand Image*, *Green Purchase Intention*