

ABSTRAK

Adanya perubahan perilaku konsumen yang cenderung lebih memilih untuk membeli produk yang ramah lingkungan telah memengaruhi perusahaan untuk lebih memperhatikan kembali strategi pemasaran yang diterapkan. Sehingga pengaruh *green marketing* pada minat beli konsumen produk deterjen menjadi permasalahan penting dalam pengambilan keputusan untuk strategi pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *green marketing* terhadap minat beli konsumen produk deterjen di Jawa Tengah. *Green marketing* merupakan strategi pemasaran yang menekankan pada aspek keberlanjutan dan ramah lingkungan dalam desain, promosi, harga, dan distribusi produk. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang berdomisili di Jawa Tengah dan telah membeli produk deterjen minimal satu kali. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel *green product*, *green price*, *green promotion*, dan *green distribution* terhadap minat beli konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel *green marketing* memiliki pengaruh positif terhadap minat beli konsumen. Temuan ini mengindikasikan bahwa implementasi *green marketing* yang efektif dapat meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk ramah lingkungan.

Kata kunci: *Green Marketing, Minat Beli, Regresi Linear Berganda*