ABSTRAK

Rusaknya lingkungan menjadi pokok masalah saat ini, ketika jumlah sampah plastik terus meningkat dan sulit untuk didaur ulang, yang memaksa para perusahaan untuk melakukan inovasi pada kemasannya yang sekali pakai, Danone menawarkan produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek Aqua dengan produknya yang bernama aqualife, kemasan dari aqualife ini menggunakan 100% hasil daur ulang dari limbah plastik. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif, dimana data dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner serta menggunakan analisis statistik terhadap sampel untuk membuktikan dan menguji hipotesis yang diajukan. Dalam penelitian ini mengangkat variabel *functional value*, *social value*, *emotional value* sebagai variabel eksogen dan *green trust* serta *green purchase intention* sebagai variabel endogen. Pengujian hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan cara pendekatan *Structural Equation Model* (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS). Data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner sebanyak 259 responden dan 6 data responden harus dieliminasi karena tidak mengetahui dan mengenal produk aqualife, sehingga total data yang akan di hitung sebesar 253 data responden. Data yang disajikan pada penelitian ini didapatkan dari jawaban responden melalui google form untuk mendapatkan jawaban dari rumusan masalah dalam penelitian ini. Hasilnya hanya *Functional Value* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap *Green Purchase Intention* (Hipotesis 5)

Kata kunci : Nilai Fungsional, Nilai Sosial, Nilai Emosional, Kepercayaan Hijau, Niat Beli Hijau, Aqualife