

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh *Green Product* dan *Green Price* terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z pada Produk The Body Shop Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan kausal dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *sampling purposive* dengan jumlah 140 responden yaitu konsumen generasi Z dari The Body Shop Kota Bandung. Analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis deskriptif dan regresi linear berganda. Pengolahan data menggunakan aplikasi *software* IBM SPSS versi 27.

Berdasarkan hasil penelitian, bahwa *green product* dan *green price* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan. Hal ini dibuktikan melalui metode uji f dengan nilai f hitung (155,604) > f tabel (3,06) dan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa *green product* dan *green price* berpengaruh sebesar 69,4%.

Kata Kunci: *Green Product*, *Green Price*, Keputusan Pembelian.