

ABSTRAK

Pertumbuhan kosmetik di Indonesia cukup meningkat dari tahun ketahun, terbukti dengan banyaknya bermunculan perusahaan yang bergerak di bidang kosmetik. Dengan itu, masing-masing perusahaan berlomba-lomba membuat inovasi seperti salah satunya membuat produk ramah lingkungan. Dengan kesadaran masyarakat dan industri akan perlunya menjaga lingkungan, maka *green product* merupakan salah satu solusi untuk menjaga lingkungan serta memberikan jaminan kepada konsumen akan keamanan dalam penggunaannya. Untuk itu penulis melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Green Product* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame (Studi Kasus Pada Konsumen Oriflamme Di Kabupaten Bandung Selatan Tahun 2016). Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif dan verifikatif serta metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Green Product* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 58,6% dan sisanya sebesar 41.4% di pengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci : *Green Product*, Keputusan Pembelian, Oriflame