

## ABSTRAK

Banyaknya polusi lingkungan yang disebabkan oleh perkembangan industri yang semakin pesat beberapa tahun ini membuat isu tentang kepedulian pada lingkungan semakin berkembang di masyarakat Pemanasan global (global warming) pada dasarnya merupakan fenomena peningkatan temperatur global dari tahun ke tahun karena terjadinya efek rumah kaca yang disebabkan oleh meningkatnya emisi gas-gas seperti karbondioksida (CO<sub>2</sub>), metana (CH<sub>4</sub>), dinitrooksida (N<sub>2</sub>O) dan CFC sehingga pemanasan yang terjadi di bumi ini semakin meningkat. selain itu gas karbonmonoksida (CO) ditimbulkan dari gas pembuangan kendaraan bermotor yang kurang baik. Pertamina Turbo adalah produk dari Pertamina yang menawarkan bahan bakar kendaraan bermotor yang lebih ramah lingkungan serta mempunyai manfaat lebih bagi penggunaannya. Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah *Brand Image* yang dimediasi oleh Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian ulang *green product* Pertamina Turbo RON 98. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan variabel eksogen yaitu *Brand Image* dan variabel endogen yaitu Kepuasan konsumen dan Keputusan Pembelian Ulang dimana variabel kepuasan konsumen merupakan variabel intervening. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survey terhadap konsumen Pertamina Turbo RON 98 di Kota Bandung. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* dengan jenis *accidental sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 responden yang menggunakan bahan bakar Pertamina Turbo RON 98. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif-kausalitas Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan *SmartPLS for Windows*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brand Image* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian ulang yang dimediasi oleh kepuasan konsumen.