

ABSTRAK

Banjir merupakan fenomena alam yang sering terjadi akhir-akhir ini. Dibuktikan oleh Data Badan Penanggulangan Bencana Nasional (BNPB), pada tahun 2019 kejadian banjir sudah mencapai 564 kali dari total 2016 seluruh kejadian bencana. Berdasarkan Guidelines for Reducing Flood Losses, United Nations – International Strategy for Disaster Reduction (UN-ISDR) bahwa telah terjadi bencana banjir di beberapa negara, yaitu Bangladesh, Cina, India, Jerman, Mozambik, Polandia, Amerika Serikat, dan beberapa tempat lain. Tujuan dari penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui pengaruh *Green Marketing* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian di The Face Shop. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh *Green Marketing* terhadap keputusan pembelian secara parsial, bagaimana pengaruh *Brand Image* terhadap keputusan pembelian secara parsial dan bagaimana *Green Marketing* dan *Brand Image* berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Dimana tehnik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *non – probability sampling* jenis *incidental sampling*. Dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Tehnik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) bahwa secara *parsial Green Marketing* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dan secara parsial *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan bahwa *Green Marketing* dan *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian.

Kesimpulan penelitian ini, *Green Marketing* dan *Brand Image* yang dilakukan oleh The Face Shop sudah sangat baik, sehingga diharapkan The Face Shop dapat terus mempertahankan kualitas produknya dan membuat inovasi – inovasi baru.

Kata Kunci : *Green Marketing*, *Brand Image* dan Keputusan Pembelian.