

ABSTRAK

Preferensi konsumen dalam keputusan pembelian kemasan aqua reflections setiap hari dibandingkan kemasan aqualife. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menunjukkan hubungan antara *green marketing* terhadap *brand image* dan keputusan pada konsumen Aqua Reflections. Penelitian ini mengumpulkan 100 partisipan. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis jalur dengan *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian ini adalah *green marketing berpengaruh* langsung terhadap *brand image*, *green marketing* berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian, *brand image* berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian, dan *green marketing* berpengaruh tidak langsung terhadap keputusan pembelian melalui *brand image*.

Kata kunci: *Brand Image, Green Marketing, Keputusan Pembelian dan Partial Least Square.*