

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meninjau hubungan antara *green marketing*, *brand image*, dan loyalitas konsumen. Penelitian ini didasarkan pada pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode survei untuk mengumpulkan data dari konsumen di Kota Bandung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, dan citra merek berperan sebagai variabel mediator dalam hubungan ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *green marketing* yang berfokus pada aspek lingkungan dan *brand image* dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap suatu merek. Studi ini memberikan wawasan bagi bisnis untuk mengembangkan strategi *green marketing* yang efektif yang dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan meningkatkan *brand image* mereka

**Kata Kunci:** *Green Marketing, Brand Image, Starbucks, Loyalitas Konsumen.*