

## **ABSTRACT**

***The Influence of Green Marketing and Word Of Mouth on Brand Image  
and The Impact on Purchase Decision  
(On The Body Shop Indonesia Consumers)***

***By:***

**Azzahra Radhyana Puan Basari  
203402239**

***Under The Guidance:***

**H. Kartawan**

**Adhitya Rahmat Taufiq**

*The purpose of this study was to determine how influence green marketing and word of mouth on purchase decision with brand image as mediation. This research was designed as a type of online survey by distributing reseach questionnaires for 265 respondents the body shop consumen. The analytical tool used in this research is Structural Equation Modeling (SEM). The result of the study prove that green marketing have a positive influence on brand image, word of mouth have a positive influence on brand image, brand image have a positive influence on purchase decision. Then brad image prove capable to metiate green marketing and word of mouth to purchase decision.*

***Keywords:*** *Green Marketing, Word Of Mouth, Brand Image, Purchase Decision.*

## ABSTRAK

**Pengaruh *Green Marketing* dan *Word Of Mouth* pada Citra Merek  
serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian  
(Pada Konsumen The Body Shop Indonesia)**

Oleh:

**Azzahra Radhyana Puan Basari  
203402239**

Dibawah Bimbingan:

H. Kartawan

Adhitya Rahmat Taufiq

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh *green marketing* dan *word of mouth* terhadap citra merek serta dampaknya pada keputusan pembelian. Penelitian ini juga dirancang sebagai jenis survey secara online dengan melakukan penyebaran kuesioner penelitian untuk 265 responden yang menjadi konsumen The Body Shop. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Structural Equation Modeling* (SEM). Dan hasil penelitian membuktikan *green marketing* memiliki pengaruh positif terhadap citra merek, *word of mouth* memiliki pengaruh positif terhadap citra merek, citra merek memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Lalu citra merek terbukti mampu memediasi *green marketing* dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** *Green Marketing*, *Word Of Mouth*, Citra Merek, Keputusan Pembelian.