

ABSTRAK

Kosmetik saat ini sudah menjadi kebutuhan pokok bagi hampir setiap wanita. Banyak masyarakat memilih menggunakan kosmetik dari Korea Selatan yang diketahui mengedepankan konsep bahan alami karena kurangnya kosmetik lokal yang berkonsep alami. Dari hasil survey wawancara kepada 30 orang responden yang mengenal produk kosmetik Korea Selatan, diketahui bahwa lebih dari 50% responden mengatakan menyatakan Innisfree sebagai *brand* alami yang muncul pertama kali di pikiran. Sebagai merek kecantikan alami pertama Korea Selatan, Innisfree diketahui cukup banyak diminati, dengan penjualan yang meningkat setiap tahunnya sampai dengan tahun 2016, namun mengalami penurunan penjualan pada tahun 2017. Hasil survei menunjukkan bahwa masyarakat tertarik untuk membeli produk Innisfree karena konsep produk hijau dan citra mereknya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *green product* dan *brand image* terhadap minat beli produk Innisfree di Kota Bandung dengan menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Metode pengambilan sampel menggunakan *incidental sampling*. Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, *green product* dan minat beli berada pada kategori baik, *brand image* pada kategori sangat baik. Hasil penelitian parsial menunjukkan *green product* dan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. *Green product* memiliki pengaruh sebesar 7,4% sedangkan *brand image* sebesar 42,3%. Secara simultan *green product* dan *brand image* berpengaruh sebesar 49,7%, dan sisanya sebesar 50,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diamati di dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Brand Image*, *Green Product*, Minat Beli