

ABSTRAK

Green Brand Knowledge dan *Attitude Toward Green Brand* memegang peran penting dalam mempengaruhi niat pembelian produk yang bersertifikasi hijau. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Green Brand Knowledge* dan *Attitude Toward Green Brand* terhadap *Green Purchase Intention* pada produk Innisfree di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan metode survei dan mengambil sampel sebanyak 100 responden yang tersebar di Kota Bandung. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan bantuan *software* SmartPLS. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Green Brand Knowledge* dan *Attitude Toward Green Brand* terhadap *Green Purchase Intention* pada produk Innisfree di Kota Bandung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Green Brand Knowledge* terhadap *Green Purchase Intention*, *Green Brand Knowledge* terhadap *Attitude Toward Green Brand*, *Attitude Toward Green Brand* terhadap *Green Purchase Intention* dan *Green Brand Knowledge* terhadap *Green Purchase Intention* secara tidak langsung melalui *Attitude Toward Green Brand* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Green Purchase Intention* pada produk Innisfree di Kota Bandung.

Kata Kunci: *Green Brand Knowledge*, *Attitude Toward Green Brand*, *Green Purchase Intention*, produk Innisfree.