

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *green marketing* dan produk terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen The Body Shop. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 205 responden. Jenis dan sumber data menggunakan data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner daring. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis yaitu menggunakan PLS SEM dengan alat bantu SmartPLS 3. Hasil penelitian *green marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen The Body Shop, produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, *green marketing* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen yang dimediasi oleh kepuasan konsumen, dan produk berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen yang dimediasi oleh kepuasan konsumen.

Kata kunci: *Green Marketing*, Produk, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen