

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *green product* dan *influencer marketing* terhadap minat beli produk Avoskin Generasi Z di Kota Bandung melalui *brand image* sebagai variabel mediasi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif, dimana data penelitian dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dengan jumlah sampel 100 responden. Pengujian instrument penelitian menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Metode analisis data yang digunakan adalah *path analysis*, korelasi berganda, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *green product* dan *influencer marketing* terhadap minat beli produk Avoskin Generasi Z di Kota Bandung melalui *brand image* sebagai variabel mediasi baik secara parsial maupun simultan. *Brand image* dapat memediasi pengaruh *green product* dan *influencer marketing* terhadap minat beli.

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