

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Pengaruh *Green Brand Positioning, Attitude Towards Brand, Green Brand Knowledge, Celebrity Endorsement, Packaging of Product* dan *Price* Terhadap *Green Product Purchase Intention* pada brand Innisfree. Penelitian ini memiliki 7 variabel *Green Brand Positioning, Attitude Towards Brand, Green Brand Knowledge, Celebrity Endorsement, Packaging of Product* dan *Price* Terhadap *Green Product Purchase Intention*. Sampel pada penelitian ini adalah perempuan dengan kisaran umur 17-35 tahun yang berdomisiliki di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi yang mengetahui ataupun menggunakan produk dari Innisfree. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif dengan teknik pengolahan data PLS-SEM melalui *software* SMARTPLS 3.0 dengan menggunakan inner dan outer model. Hasil penelitian ini menunjukkan hasil bahwa *Attitude Towards Brand, Green Brand Knowledge, Packaging of Product* dan *Price* berpengaruh positif terhadap *Green Product Purchase Intention* pada brand Innisfree.

**Kata Kunci:** *Green Brand Positioning, Attitude Towards Brand, Green Brand Knowledge, Celebrity Endorsement, Packaging of Product, Price, and Green Product Purchase Intention*