

Green Marketing terhadap Brand Image produk lampu LED Philips di Kota Bandung / Ayu Setyaningrum, Putu Nina Madiawati

Ayu Setyaningrum, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20470321&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh green marketing yang terdiri dari ecolabel, eco-brand, environmental advertising awareness, green product, green price, green promotion dan demographic terhadap brand image produk lampu LED Philips di kota Bandung. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bersifat deskriptif dan kausalitas. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari pengguna produk lampu Philips LED di kota Bandung yang tidak diketahui dengan pasti jumlahnya. Teknik pengolahan dan analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, dan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat empat variabel yang memiliki pengaruh terhadap brand image diantaranya adalah environmental advertising (1,787), environmental awareness (3,508), green product (1,808) dan green price (2,211). Besarnya pengaruh green marketing terhadap brand image adalah sebesar 67,4%