

ABSTRAK

Jingga Gita Aldani (01011170192)

“PENGARUH *GREEN PRACTICE* PADA *BRAND AWARENESS*, *BRAND ASSOCIATION*, *PERCEIVED QUALITY*, DAN *BRAND LOYALTY* TERHADAP *SATISFACTION* DAN *WORD OF MOUTH*: PANASONIC”

Penggunaan produk elektronik guna mempermudah kehidupan saat ini menjadi hal yang umum untuk dilakukan oleh setiap orang. Namun, penggunaan produk elektronik tersebut tidak diimbangi dengan praktik lingkungan hidup. Dimana setiap produsen dan konsumen elektronik masih memiliki tanggungan untuk tetap menjaga lingkungan dalam penggunaannya. Untuk memahami pengaruh dari praktik hijau pada kesadaran merek, asosiasi merek, kualitas persepsi dan kesetiaan merek terhadap kepuasan dan pemasaran mulut ke mulut maka diperlukan penelitian yang lenoh lanjut dan faktor apa saja yang mempengaruhinya. Data diolah menggunakan SmartPLS v.3.2.9 dengan melakukan analisis data validitas, reliabilitas, *common method bias*. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuisisioner melalui form kepada 383 orang responden serta dilakukan analisis yang lebih mendalam. Melalui hasil penelitian didapat beberapa faktor seperti praktik hijau, kesadaran merek, asosiasi merek, kualitas persepsi dan kesetiaan merek mempengaruhi kepuasan pembelian konsumen dan penyebaran pemasaran dari mulut ke mulut barang-barang elektronik dari Panasonic.

Kata kunci: *Green Practice; Brand Awareness; Brand Association; Perceived Quality; Brand Loyalty; Satisfaction; Word of Mouth*

Referensi: