

## ABSTRAK

### ***PENGARUH KINERJA GREEN BRANDING TERHADAP GREEN BRAND PREFERENCE PADA INDUSTRI GREEN COSMETICS DI KOTA BANDUNG***

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk meneliti pengaruh dari *Green Branding* terhadap *Green Brand Preference* pada Industri Kosmetik Hijau di Kota Bandung. Sebagaimana dengan maraknya isu lingkungan yang kerap terjadi dewasa ini, serta munculnya tuntutan masyarakat akan produk yang ramah lingkungan maka hal tersebutlah yang menjadi dasar untuk dilakukannya penelitian.

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas ialah *green branding* dan variabel terikatnya *green brand preference*. Objek penelitian ini berada di Kota Bandung. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan kuesioner yang disebar kepada 200 orang responden, di mana merupakan konsumen pada industri kosmetik hijau di Kota Bandung. Data sekunder dalam penelitian ini diambil dari berbagai literatur dan dokumen yang berkaitan.

Penelitian ini menggunakan analisis jalur dan untuk pengujian hipotesisnya menggunakan Uji F. Selain itu digunakan analisis *koefisien determinasi* untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *green branding* terhadap *green brand preference*. Hasil penelitian dari *koefisien determinasi* berada di angka 40,40%

Dapat disimpulkan bahwa pengaruh *green branding* terhadap *green brand preference* secara umum berada pada kondisi yang baik namun belum maksimal. Maka dari itu disarankan agar perusahaan lebih sering melakukan promosi tentang produknya yang ramah lingkungan dan memberikan informasi yang jelas akan kelebihan-kelebihan dari gaya hidup peduli lingkungan sehingga diferensiasi produk dapat lebih terasa.

**Kata kunci :** *Green Branding, Brand Preference*