

**PENGARUH *GREEN PRODUCT* DAN *GREEN BRAND* TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN
(Suatu Studi pada Konsumen Produk Unilever SariWangi di Kec. Banjar)**

ARTIKEL

Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Menempuh Ujian Sidang Sarjana Strata Satu

Oleh,

DIANAYU FAUZIAH
NIM. 3402180247



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH
2022**

**PENGARUH *GREEN PRODUCT* DAN *GREEN BRAND* TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN**
(Suatu Studi pada Konsumen Produk Unilever SariWangi di Kec. Banjar)

Dianayu Fauziah¹, Aini Kusniawati², Mukhtar Abdul Kader³
^{1,2,3}Fakultas Ekonomi, Universitas Galuh
dian.fauziahayu@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh Green Product dan Green Brand Terhadap Loyalitas Konsumen (Suatu Studi pada Konsumen Produk Unilever SariWangi di Kec.Banjar). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh green product dan green brand terhadap loyalitas konsumen produk Unilever SariWangi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei, dengan pendekatan kuantitatif. Jumlah populasi yang akan dijadikan objek penelitian adalah konsumen produk Unilever SariWangi di Kec.Banjar, dengan ukuran sampel sebanyak 96 responden. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi, metode kuesioner dan metode literatur. Sedangkan untuk menganalisis data digunakan Analisis Korelasi Sederhana, Analisis Korelasi Berganda, Analisis Koefisien Determinasi, Uji Hipotesis (Uji t dan Uji f) dan Analisis Regresi Linear Sederhana, Analisis Regresi Linear Berganda. Hasil dari penelitian dan pengelolaan data secara deskriptif menunjukkan bahwa variabel green product memiliki interpretasi sangat tinggi, variabel green brand memiliki interpretasi tinggi dan variabel loyalitas konsumen memiliki interpretasi tinggi. Green product berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen produk Unilever SariWangi di Kecamatan Banjar, dengan besarnya pengaruh 27,98% dan Green brand berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen produk Unilever SariWangi di Kecamatan Banjar, dengan besarnya pengaruh 58,28%. Green product dan Green brand berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen produk Unilever SariWangi di Kecamatan Banjar, dengan besarnya pengaruh 58,32 %.

Kata kunci: Green Product, Green Brand dan Loyalitas Konsumen

