

ABSTRAK

Lidiawati Arini, Pengaruh *Green Marketing* dan Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen Aqua (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen FISIP UIN Sunan Gunung Djati Bandung).

Loyalitas konsumen merupakan aset penting bagi kemajuan sebuah perusahaan yang ingin *survive* dalam dunia industri. *Green marketing* dan *brand image* menjadi sebuah faktor yang dapat meningkatkan loyalitas konsumen, sehingga perusahaan berusaha melakukan yang terbaik bagi konsumen mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh secara parsial dan simultan *green marketing* dan *brand image* terhadap loyalitas konsumen Aqua (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen FISIP UIN Sunan Gunung Djati Bandung).

Penelitian ini menggunakan teori *green marketing* yang disampaikan oleh Camino Dan teori Kotler tentang *brand image* yang menyatakan bahwa *green marketing* dan *brand image* memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian asosiatif karena bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *green marketing* dan *brand image* terhadap loyalitas konsumen Aqua. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Jurusan Manajemen FISIP UIN Sunan Gunung Djati Bandung sedangkan teknik penentuan sampel dengan *purposive sampling*. Teknik pengambilan data dengan teknik survey melalui kuesioner. Dalam menganalisis data peneliti menggunakan analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji t, uji f dan koefisien determinasi dengan program SPSS versi 16.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dan simultan menunjukkan terdapat pengaruh *green marketing* dan *brand image* terhadap loyalitas konsumen Aqua. Kesimpulan dari analisa data diatas yaitu, terdapat pengaruh positif dan signifikan baik secara parsial dan simultan antara *green marketing* dan *brand image* terhadap loyalitas konsumen Aqua

Kata Kunci : *marketing*, *brand image* dan loyalitas konsumen Aqua