

Taufik Rizal, (2015/15059166) : Pengaruh *Green Perceived Value* Terhadap *Brand Loyalty* Melalui *Self Brand Connection* dan *Brand Satisfaction* Produk *The Body Shop* Pada Masyarakat Di Kota Padang

Pembimbing : Abror, SE, ME, Phd

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *green perceived value* terhadap *brand loyalty* melalui *self brand connection* dan *brand satisfaction* *The Body Shop* Pada Masyarakat di Kota Padang. Pada penelitian ini yang menjadi sampel adalah beberapa orang konsumen yang menggunakan produk ramah lingkungan *The Body Shop* di Kota Padang. Proses pengumpulan data data dan informasi dilakukan dengan menggunakan bantuan kuesioner penelitian.

Didalam penelitian ini yang menjadi variabel penelitian terdiri dari *green perceived value*, *brand connection*, *brand satisfaction* dan *brand loyalty*. Metode analisis yang digunakan adalah *structural equation model* (SEM). Proses pengolahan data dilakukan dengan menggunakan bantuan program Smart PLS.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan ditemukan bahwa *green perceived value* tidak berpengaruh terhadap *brand loyalty* melalui *self brand connection* dalam menggunakan produk *The Body Shop* di Kota Padang. Selain itu sebelum dilakukan pengujian pengaruh tidak langsung juga ditemukan bahwa *green perceived value* berpengaruh signifikan terhadap *brand satisfaction* dan *brand loyalty* dalam menggunakan produk *The Body Shop* di Kota Padang

Kata Kunci : *Green Perceived Value, Brand Loyalty, Self Brand Connection* dan *Brand Satisfaction*