

## ABSTRAK

### **Pengaruh *Green Marketing* dan *Consumer Knowledge* terhadap *Brand Image* pada Produk Tupperware di Kota Padang.**

**Oleh: Meri Ariani**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *green marketing* dan *consumer knowledge* terhadap *brand image* produk Tupperware di Kota Padang. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang menggunakan produk Tupperware di Kota Padang. Jumlah sampel penelitian ditentukan berdasarkan rumus *Chocran* sebanyak 100 responden dan dipilih dengan menggunakan metode *Nonprobability Sampling* dan teknik *Purposive Sampling*. Data yang digunakan adalah jenis data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada masyarakat Kota Padang dengan kriteria yang sudah ditetapkan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan menggunakan SPSS 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *Green marketing* berpengaruh signifikan terhadap *brand image*, (2) *Consumer knowledge* berpengaruh signifikan terhadap *brand image*.

**Kata Kunci:** Green Marketing, Consumer Knowledge, Brand Image