

ABSTRAK

Nama : Umul Khair

Nim : (3012181306)

Judul : Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Green Marketing Terhadap Brand Preference Produk AMDK Merek AQUA

xv + 76 halaman

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand awareness*, *brand image*, dan *green marketing* terhadap *brand preference* pada produk amdk merek Aqua di Kayu Putih Selatan III, Pulogadung. Adapun jumlah responden yaitu 100 orang.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik analisis regresi berganda dengan persamaan kuadrat terkecil dan uji hipotesis menggunakan t-statistik serta uji F untuk menguji koefisien regresi secara parsial dan simultan, uji validitas, uji reliabilitas, serta uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heterokedastisitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel *brand awareness* terhadap *brand preference*. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan hasil (uji t) dengan nilai t-hitung $>$ t-tabel yaitu sebesar $5,401 > 1,98498$ dan tingkat signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Kemudian terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *brand image* berpengaruh terhadap *brand preference*. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan hasil (uji t) dengan nilai t-hitung $>$ t-tabel yaitu sebesar $2,013 > 1,98498$ dan tingkat signifikansi yaitu $0,047 < 0,05$ yang berarti bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Lalu terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel *green marketing* terhadap *brand preference* dengan nilai t-hitung $>$ t-tabel yaitu sebesar $7,082 > 1,98498$ dan nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$. Dan secara bersama-sama terdapat pengaruh antara *brand awareness*, *brand image*, dan *green marketing* terhadap *brand preference*. Hal tersebut dalam dilihat berdasarkan hasil uji F dengan nilai F-hitung $>$ F-tabel yaitu sebesar $75,243 > 2,70$ dan tingkat signifikansi yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai koefisien determinasi sebesar 70,2% besaran pengaruh terhadap *brand preference*.

Kata Kunci : *Brand Awareness, Brand Image, Green Marketing Dan Brand Preference*

Jakarta, 11 Agustus 2025

(Umul Khair)