

ABSTRAK

PENGARUH *GREEN SOCIAL CAMPAIGN* DAN KEPEDULIAN LINGKUNGAN TERHADAP *GREEN BRAND IMAGE* MELALUI *GREEN PERCEIVED VALUE* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Muhammad Fahrul¹⁾ Windarko., S.T., M.M.²⁾

1) Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

2) Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini membahas pengaruh *Green Social Campaign* dan Kepedulian Lingkungan Terhadap *Green Brand Image* Melalui *Green Perceived Value* Sebagai Variabel Mediasi. Fokus penelitian ini diarahkan pada konsumen produk Avoskin yang berada di wilayah Jabodetabek. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner online yang disebarakan kepada responden yang sesuai dengan kriteria, yaitu pernah menggunakan produk Avoskin minimal satu kali, mengetahui Avoskin menjalankan kampanye sosial hijau di media sosial, serta berdomisili di Jabodetabek. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Jabodetabek, sedangkan sampel ditetapkan sebanyak 138 responden. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan bantuan software SmartPLS 4.1, untuk menguji hubungan langsung maupun tidak langsung antara *Green Social Campaign*, Kepedulian Lingkungan, *Green Perceived Value*, dan *Green Brand Image* Avoskin. Hasil penelitian ini menunjukkan *Green Social Campaign* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Green Brand Image*. Kepedulian Lingkungan berpengaruh signifikan terhadap *Green Brand Image*. *Green Social Campaign* berpengaruh signifikan terhadap *Green Perceived Value*. Kepedulian Lingkungan berpengaruh signifikan terhadap *Green Perceived Value*. *Green Perceived Value* berpengaruh signifikan terhadap *Green Brand Image*. *Green Social Campaign* berpengaruh terhadap *Green Brand Image* melalui mediasi *Green Perceived Value*. Kepedulian Lingkungan berpengaruh terhadap *Green Brand Image* melalui mediasi *Green Perceived Value*.

Kata Kunci: Avoskin, *Green Social Campaign*, Kepedulian Lingkungan, *Green Brand Image*, *Green Perceived Value*.