

ABSTRAK

Dari mini survey yang dilakukan pada 62 responden yang dilakukan di Jawa Barat didapatkan hasil bahwa responden sadar akan pentingnya memilih mobil LCGC karena eco label, pengguna merasa percaya untuk memilih mobil LCGC dan responden puas memilih mobil LCGC namun merek ramah lingkungan menjadi pertimbangan terakhir dalam memilih mobil setelah kualitas, harga, irit bahan bakar dan merek. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh *green brand awareness*, *green brand image* *green brand satisfaction*, *green brand trust* terhadap *green brand preference*. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna LCGC di Jawa Barat. Sampel dalam penelitian ini adalah 400 responden. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS 23 dengan analisis deskriptif dan uji regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa *Green Brand Image*, *Green Brand Satisfaction*, *Green Brand Trust* berpengaruh signifikan terhadap *Green Brand Preference* sedangkan *Green Brand Awareness* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Green Brand Preference*. *Green Brand Awareness*, *Green Brand Image*, *Green Brand Satisfaction*, *Green Brand Trust* berpengaruh signifikan terhadap *Green Brand Preference* dengan efek moderator *age*, *gender*, *income level*.

Kata Kunci : *Green Brand*, *LCGC*, *Green Brand Preference*