

ABSTRAK

Pemanasan global adalah proses peningkatan suhu rata-rata atmosfer, laut, dan daratan bumi. Suhu rata-rata global pada permukaan bumi telah meningkat $0.74 \pm 0.18^{\circ}\text{C}$ ($1.33 \pm 0.32^{\circ}\text{F}$) selama seratus tahun terakhir. Salah satu penyebab utama dari pemanasan global adalah Meningkatnya Karbon dioksida yang dihasilkan antara lain oleh mesin pabrik industri dan kendaraan bermotor. Indonesia memiliki industri manufaktur mobil terbesar kedua di Asia Tenggara dan di wilayah ASEAN Oleh sebab itu, pemerintah Indonesia bertekad untuk mengubah Indonesia menjadi pusat produksi global untuk manufaktur mobil dan ingin melihat produsenprodusen mobil yang besar untuk mendirikan pabrik-pabrik di Indonesia. Dalam jangka panjang, Pemerintah ingin mengubah Indonesia menjadi sebuah negara pamanufaktur mobil yang independen yang memproduksi unit-unit mobil yang seluruh komponennya dimanufaktur di Indonesia. Low-Cost Green Car (LCGC) adalah Mobil yang termasuk dalam LCGC yaitu memiliki persyaratan yang pertama hemat energi, kedua harga terjangkau, ketiga mobil ini tingkat polusinya rendah dan keempat diproduksi di dalam negeri menjadi konsep dasarnya. Pada tahun 2017 bahwa LCGC (Low Cost Green Car) sangat tinggi pangsa pasar mobil nasional. Terbukti dari kuartal pertama penjualan mobil di segmen tersebut paling bagus.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Pengaruh Eco Label, Eco Brand, Environmental Advertising Terhadap Trust Konsumen Mobil LCGC Di Indonesia dengan menggunakan analisis deskriptif dan uji regresi linear berganda, responden yang diteliti dalam penelitian ini berjumlah 400 responden menggunakan Mobil LCGC di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahwa variabel Eco Label memperoleh presentase 71,7% dengan kategori baik, Eco Brand memperoleh presentase 72,7% dengan kategori baik dan Environmental Advertising memperoleh presentase 74,4% dengan kategori baik.

Kata Kunci: *Green Marketing Tools, Perilaku Pembelian Konsumen*