

## RINGKASAN

Penelitian ini mengambil judul “Pengaruh *Greenwashing Perception* dan *Green Satisfaction* terhadap *Green Trust* dan *Green-Word-Of-Mouth* (Studi pada Konsumen Mobil *Low Cost Green Car* Indonesia)”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan kualitas dari pengaruh yang timbul atas *greenwashing perception* dan *green satisfaction* terhadap *green trust* dan *green-WOM* pada konsumen mobil LCGC. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survey secara *online*.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang memiliki dan atau menggunakan mobil jenis *low cost green car* (LCGC) kategori 4x2 di Indonesia, yaitu mobil LCGC dengan merek Daihatsu Ayla, Toyota Agya, Nissan Datsun Go, dan Suzuki Wagon R. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 111 responden. Penentuan sampel menggunakan *purposive sampling method*.

Berdasarkan hasil data yang telah diolah menggunakan AMOS 26 dengan metode SEM (*Struqtural Equational Modelling*) menunjukkan hasil pernyataan bahwa pertama variabel *greenwashing perception* tidak berpengaruh terhadap *green trust*, kedua *greenwashing perception* tidak berpengaruh terhadap *green word-of-mouth*, ketiga *greenwashing perception* berpengaruh negatif terhadap *green satisfaction*, keempat *green satisfaction* berpengaruh positif terhadap *green trust*, dan kelima *green satisfaction* berpengaruh positif terhadap *green word-of-mouth*

Produsen Mobil LCGC perlu untuk terus mengurangi isu *greenwashing* atau klaim hijau yang tidak kredibel sehingga senantiasa dapat meningkatkan *green satisfaction* yang konsumen rasa, kemudian lebih memperkuat *green trust* yang konsumen percayai dengan lebih membuktikan lagi klaim ramah lingkungan yang ada pada mobil LCGC, sehingga berpotensi menjadikan konsumen untuk melakukan *word-of-mouth* kepada orang lain. Yang dilakukan produsen mobil LCGC adalah seperti penyempurnaan dan penambahan fitur-fitur yang menunjang dan meyakinkan konsumen akan kehijauan mobil LCGC, memperjelas lagi klaim ramah lingkungannya, atau juga dengan pengembangan mobil berteknologi alternatif dengan berbahan bakar yang terbaharukan (non-BBM).

***Keywords: Greenwashing Perception, Green Satisfaction, Green Trus, Green-Word-of-Mouth, Low Cost Green Caf***

## **SUMMARY**

*This research entitled as "The Effect of Greenwashing Perception and Green Satisfaction on Green Trust and Green-Word-Of-Mouth (Study of Indonesian Low Cost Green Car Consumers)". The purpose of this reasearch is to analyze the relationship between the effect of greenwashing perception and green satisfaction on green trust and green-WOM on LCGC consumers. This research method used quantitative study with an online survey method.*

*The population which used in this research is consumers who have and /or using the 4x2 low cost green car (LCGC) type in Indonesia, with LCGC car brands Daihatsu Ayla, Agya Toyota, Nissan Datsun Go, and Suzuki Wagon R. Number of sample which used in this study are 111 respondents. Determination of the sample is using purposive sampling method.*

*Based on the data that has been processed using AMOS 26 with SEM (Struqtural Equational Modeling) method analysis, the result on the equation are : first greenwashing perception does not affect green trust, second greenwashing perception does not affect green word-of-mouth, third greenwashing perception has a negative effect to green satisfaction, fourth green satisfaction has a positive effect on green trust, and fifth green satisfaction has a positive effect on green word-of-mouth.*

*LCGC Car industry need to continue and be able to reduce greenwashing issues ( their non-credible green claims), so they can increase green satisfaction of consumers feels, eliminating doubts about LCGC's environmental friendliness, strengthen green trust customers, and even potentially the customers can be " word-of-mouth promotion". LCGC Car Industry can add or enchance features its self, so it can be environmentally friendly and truly green car in real. And then LCGC Car Industry can improve their LCGC car with the alternatif technology green car (renewable fuel energy)-.*

***Keywords: Greenwashing Perception, Green Satisfaction, Green Trus, Green-Word-of-Mouth, Low Cost Green Car***