

Peran strategi marketing public relations Green Product dalam mempengaruhi persepsi millennials terhadap green lifestyle (studi terhadap pengguna The Body Shop Indonesia) = The role strategy marketing public relations of green product to influencing the perception of the millennials against green lifestyle (case study The Body Shop Indonesia Consumer)

Muhammad Deri Laksamana Putra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20446887&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Strategi marketing public relation green product saat ini membuat konsumen milenial yang sebelumnya mengkonsumsi produk yang tidak memikirkan dampak bagi lingkungan, kini mulai mengalami pergeseran dengan mengkonsumsi produk yang lebih memperhatikan lingkungan. Hal ini disebabkan karena kebanyakan konsumen milenial menyadari bahwa perilaku pembelian mereka secara langsung berpengaruh pada berbagai permasalahan lingkungan. Konsumen The Body Shop sebagai salah satu brand yang terkenal sebagai merek hijau percaya bahwa atribut produk hijau dapat mempengaruhi sikap dan perilaku green lifestyle konsumen milenial. Hal ini tidak terlepas dari pengaruh community green marketing The Body Shop dalam memberikan hubungan yang berkesinambungan antara brand, konsumen dan komunitas sosial sebagai bagian dari proses community relations dalam strategi marketing public relations dengan membangun kepercayaan konsumen milenial sehingga menjadi salah satu penunjang keputusan konsumen milenial menggunakan produk The Body Shop.

<hr>

ABSTRACT

Marketing public relations strategy of green product is currently making millennials consumers previously consume products that are not thinking about the impact on the environment, are now beginning to experience a shift by consuming products more attention to the environment. This is because most of millennials consumers aware that their purchasing behavior directly affects to different environmental problems. Consumers of The Body Shop as one brand that is well known as a green brand believes that the green product attributes can influence the attitudes and behavior of millennials consumers green lifestyle. It is not independent of the influence of community green marketing The Body Shop in providing lasting relationships between brands, consumers and social communities as part of the process of community relations strategy in marketing public relations to build the trust of millennials consumers thus becoming one of the supporting millennials consumers decision to use The Body Shop products.