

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah PT. Pertamina	1
1.1.2 Visi,Misi dan Tujuan	3
1.1.3 Produk Pertamax	4
1.2 Latar Belakang	4
1.3 Perumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.5.1 Aspek Teoritis	7
1.5.2 Aspek Praktisi	7
1.6 Sisematika Penulisan	7
BAB II RELEVANSI TEORI DAN PEMBAHASAN	9
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran	9
2.1.2 <i>Green Marketing</i>	9

2.1.2.1	Pengertian <i>Green Marketing</i>	9
2.1.2.2	Tujuan <i>Green Marketing</i>	11
2.1.2.3	Bauran Pemasaran	11
2.1.2.4	<i>Green Product</i>	14
2.1.2.5	Prilaku Konsumen	17
2.1.2.6	Minat Beli	21
2.2	Kajian Penelitian Sebelumnya	23
2.2.1	Skripsi dan Tesis	23
2.2.2	Kerangka Pemikiran.....	27
2.2.3	Hipotesis Penelitian.....	28
2.2.4	Hubungan <i>Green Product</i> Terhadap Minat Beli	28
BAB III METODE PENELITIAN		29
3.1	Jenis Penelitian.....	29
3.2	Variabel Penelitian	29
3.3	Sumber Data.....	30
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.5	Populasi dan Sampel	31
3.5.1	Teknik Sampling	32
3.6	Jenis dan Metode Skala.....	33
3.6.1	Jenis Skala.....	33
3.6.2	Metode Skala.....	33
3.7	Alat Uji Data	34
3.7.1	Uji Realibility.....	34
3.7.2	Uji Validitas	35
3.8	Uji Asumsi Klasik.....	36
3.8.1	Uji Normalitas	36
3.8.2	Uji Heteroskedastisitas.....	37
3.9	Uji Simultan (Uji F)	37

3.10	Metode Analisis	38
3.10.1	Statistik Deskriptif	38
3.10.2	Analisis Regresi Linier Sederhana	39
3.11	Koefisien Determinasi.....	40
3.12	Variabel Operasional	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		44
4.1	Karakteristik Responden	44
4.2	Analisis Realibilitas dan Validitas	46
4.3	Uji Asumsi Klasik.....	51
4.4	Pelaksanaan <i>Green Product</i> (Pertamax)	53
4.5	Pengaruh <i>Green Product</i> Terhadap Minat Beli	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		64
5.1	Kesimpulan	64
5.2	Saran.....	64
5.2.1	Bagi Perusahaan	64
5.2.2	Bagi Peneliti Lainnya.....	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN