

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	2
1.1.3 Logo Perusahaan	4
1.2 Latar Belakang Penelitian	4
1.3 Rumusan Masalah	19
1.4 Tujuan Penelitian	19
1.5 Kegunaan Penelitian	20
1.6 Sistematika Penelitian	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN.....	22
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	22
2.1.1 Pemasaran	22
2.1.2 Bauran Pemasaran	22
2.1.3 <i>Green Marketing</i>	23
2.1.4 Pengertian Kualitas Produk	23
2.1.5 Strategi <i>Green Marketing</i>	25
2.1.6 Konsep <i>Green Marketing</i>	25
2.1.7 <i>Green Marketing Mix</i>	26
2.1.8 Keputusan Pembelian	27
2.1.9 <i>Theory Planned Behaviour (TPB)</i>	29
2.1.10 Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian	32
2.1.11 Pengaruh <i>Marketing Mix</i> terhadap Keputusan Pembelian	33
2.2 Penelitian Terdahulu	34
2.3 Kerangka Pemikiran	44
2.4 Hipotesis	46
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	46
BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1 Metode Penelitian	47
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	47
3.2.1 Variabel Operasional	47
3.2.2 Skala Pengukuran	50
3.3 Tahap Penelitian	51
3.4 Metode Pengumpulan Data	51
3.4.1 Sumber Data	51
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	52
3.5 Populasi dan Sampel	52
3.5.1 Populasi	52
3.5.2 Sampel	52

3.5.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	53
3.6	Teknik Pengujian Data	54
3.6.1	Uji Validitas	54
3.6.2	Uji Reliabilitas	56
3.7	Teknik Analisis Data	57
3.7.1	Analisis Deskriptif	57
3.7.2	<i>Method of Successive Interval (MSI)</i>	59
3.7.3	Uji Asumsi Klasik.....	60
3.7.4	Analisis Regresi Berganda	61
3.8	Uji Hipotesis.....	62
3.8.1	Uji Hipotesis Simultan (Uji-F).....	62
3.8.2	Uji Hipotesis Parsial (Uji-T).....	63
3.9	Koefisien Determinasi	65
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	66
4.1	Metode Pengumpulan Kuesioner	66
4.2	Karakteristik Responden	66
4.2.1	Karakteristik Berdasarkan Usia.....	66
4.2.2	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	67
4.2.3	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	68
4.2.4	Karakteristik Berdasarkan Total Pendapatan	68
4.3	Hasil Penelitian.....	69
4.3.1	Analisis Deskriptif Variabel <i>Green Marketing Mix</i>	69
4.3.2	Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	79
4.4	Analisis Data	81
4.4.1	Transformasi Data	82
4.4.2	Uji Asumsi Klasik	82
4.5	Analisis Regresi Linear Berganda	85
4.6	Uji Hipotesis.....	86
4.6.1	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	86
4.6.2	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T).....	88
4.7	Koefisien Determinasi (R^2)	90
4.8	Pembahasan dan Analisis Hasil Penelitian.....	91
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	94
5.1	Kesimpulan	94
5.2	Saran	94
DAFTAR PUSTAKA.....		96
LAMPIRAN.....		101