

## DAFTAR ISI

Cover.....	i
Halaman Persetujuan .....	ii
Halam Pernyataan .....	iii
Kata Pengantar .....	iv
Daftar Isi .....	vi
Daftar Tabel .....	x
Daftar Gambar .....	xi
Daftar Lampiran.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan .....	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	2
1.1.3 Logo Perusahaan .....	4
1.1.4 Latar Belakang Penelitian .....	6
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian .....	14
1.4 Kegunaan Penelitian .....	14
1.5 Sistematika Penulisan .....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>14</b>
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	14
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	14
2.1.2 Konsep <i>Green Marketing</i> .....	17
2.1.3 Produk Hijau ( <i>Green Product</i> ).....	18
2.1.4 Harga Hijau ( <i>Green Price</i> ).....	19
2.1.5 Tempat <i>Hijau (Green Place)</i> .....	19
2.1.6 Promosi Hijau ( <i>Green Promotion</i> ).....	20
2.1.7 Proses Keputusan Pembelian .....	21
2.1.8 Perilaku Pascapembelian Konsumen .....	23
2.2 Penelitian Terdahulu .....	24
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	39

2.3.1 Hubungan <i>Green Product</i> Dengan Perilaku Pascapembelian .....	39
2.3.2 Hubungan <i>Green Price</i> Dengan Perilaku Pascapembelian .....	39
2.3.3 Hubungan <i>Green Place</i> Dengan Perilaku Pascapembelian.....	40
2.3.4 Hubungan <i>Green Promotion</i> Dengan Perilaku Pascapembelian.....	40
2.4 Kerangka Pemikiran.....	41
2.5 Hipotesis Penelitian .....	43
2.6 Rang Lingkup Penelitian.....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	44
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	45
3.2.1 Variabel Operasional .....	45
3.2.2 Skala Pengukuran.....	47
3.3 Populasi dan Sampel .....	48
3.3.1 Populasi.....	48
3.3.2 Sampel.....	49
3.4 Tahapan Penelitian.....	50
3.5 Sumber dan Pengumpulan Data .....	52
3.5.1 Sumber Data.....	52
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	54
3.6.1 Uji Validitas .....	54
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	57
3.7 Teknik Analisis Data.....	59
3.7.1 Analisis Deskriptif .....	59
3.7.2 <i>Method of Succesive Internal (MSI)</i> .....	61
3.7.3 Uji Asumsi Klasik .....	61
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	62
3.7.5 Pengujian Hipotesis .....	63
3.7.6 Koefisien Determinasi .....	65
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>66</b>
4.1 Karakteristik Responden.....	66

4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	67
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	68
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	70
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....	71
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	72
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	73
4.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Pembelian .....	75
4.2 Analisis Deskriptif .....	76
4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel <i>Green Product</i> .....	76
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel <i>Green Price</i> .....	78
4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel <i>Green Placet</i> .....	80
4.2.4 Analisis Deskriptif Variabel <i>Green Promotion</i> .....	82
4.2.5 Analisis Deskriptif Variabel Perilaku Pascapembelian Konsumen .....	84
4.3 <i>Method Successive Interval (MSI)</i> .....	86
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	86
4.4.1 Uji Normalitas.....	86
4.4.2 Uji Heterokedastisitas .....	87
4.5 Uji Regresi linier Berganda .....	88
4.6 Pengujian Hipotesis .....	90
4.6.1 Analisis Korelasi .....	90
4.6.2 Uji F .....	91
4.6.3 Uji T .....	92
4.7 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	93
4.8 Pembahasan Analisis .....	94
4.8.1 Variabel <i>Green Product</i> .....	94
4.8.2 Variabel <i>Green Price</i> .....	95
4.8.3 Variabel <i>Green Place</i> .....	95
4.8.4 Variabel <i>Green Promotion</i> .....	96
4.8.5 Variabel Peilaku Pascapembelian Konsumen.....	97
4.8.6 Pengaruh <i>Green Product, Green Price, Green Place, dan Green Promotion</i> Terhadap Perilaku Pascapembelian .....	98

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	99
5.1 Kesimpulan .....	100
5.2 Saran .....	100
DAFTAR PUSTAKA .....	102
LAMPIRAN.....	106