

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	v
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambar Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah PT. INDOLAKTO	1
1.1.2 Visi dan Misi.....	1
1.1.3 Tujuan PT.Indolakto	1
1.1.4 Logo Indomilk, PT. Indolakto.....	2
1.1.5 Penghargaan Yang Diraih Perusahaan	2
1.1.6 Produk Indomilk, PT.INDOLAKTO	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	6
1.3 Identifikasi Masalah.....	13
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Kegunaan Penelitian	13
1.6 Sistematika Penulisan	14
BAB II.....	15
TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	15
2.1.1 Manajemen Pemasaran	15
2.1.2 Green Marketing	16
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	18
2.2 Hubungan Antar Variabel	22
2.3 Penelitian Terdahulu	24
2.4 Kerangka Pemikiran.....	30

2.5	Hipotesis Penelitian	31
2.6	Ruang Lingkup Penelitian.....	31
BAB III		32
METODE PENELITIAN.....		32
3.1	Jenis Penelitian.....	32
3.2	Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	32
3.2.1	Operasionalisasi Variabel	32
3.2.2	Skala Pengukuran.....	36
3.3	Tahapan Penelitian.....	37
3.4	Populasi dan Sampel	38
3.4.1	Populasi.....	38
3.4.2	Sampel.....	39
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	41
3.6.1	Uji Validitas	41
3.6.2	Reliabilitas	43
3.7	Teknik Analisis Data.....	44
3.7.1	Analisis Deskriptif	44
3.7.2	<i>Method Of Succesive Interval</i> (MSI)	46
3.7.3	Uji Asumsi Klasik.....	47
3.7.4	Analisis Regresi Linear Sederhana	48
3.7.5	Uji Hipotesis (Uji t).....	48
3.7.6	Koefisien Determinasi R^2	49
BAB IV		50
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		50
4.1	Pengumpulan Data	50
4.2	Karakteristik Responden	51
4.2.1	Jenis Kelamin	51
4.2.2	Usia	52
4.2.3	Pendapatan Per Bulan	53
4.3	Hasil Penelitian	53
4.3.1	Analisis Deskriptif	53

4.3.1.1	Tanggapan Responden Terkait Dimensi <i>Green Marketing</i> (X).....	54
4.3.1.2	Tanggapan Responden Terkait Dimensi Keputusan Pembelian (Y).....	62
4.3.2	<i>Method Of Successive Interval</i> (MSI).....	70
4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	71
4.3.4	Analisis Regresi Linear Sederhana	74
4.3.5	Uji Hipotesis (Uji t).....	76
4.3.6	Koefisien Determinasi R^2	76
4.4	Pembahasan Dan Hasil Analisis Deskriptif	77
4.4.1	Pembahasan Analisis Deskriptif Pada Variabel <i>Green Marketing</i> (X).....	77
4.4.2	Pembahasan Analisis Deskriptif Pada Keputusan Pembelian (Y)	77
4.4.3	Pembahasan Analisis Hubungan Antara <i>Green Marketing</i> (X) Dan Keputusan Pembelian (Y).....	78
BAB V	79
KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1	Kesimpulan	79
5.2	Saran	79
5.2.1	Saran Bagi Generasi Millennial	79
5.2.2	Saran Bagi Perusahaan/Objek.....	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	85