

DAFTAR ISI

PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP BRAND IMAGE KFC NAUGHTY BY NATURE SENOPATI JAKARTA SELATAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah dan Perkembangan KFC Indonesia (PT Fast Food Indonesia Tbk)	1
1.1.2 Sejarah dan Perkembangan KFC Naughty by Nature.....	2
1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	4
1.3 Identifikasi Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
1.5.1 Manfaat Penelitian Praktis	12
1.5.2 Manfaat Penelitian Teoritis.....	12
1.6 Waktu Penelitian	13
BAB II.....	15
TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	15
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	15
2.1.2 Pemasaran.....	15
2.1.3 <i>Green Marketing</i> (Pemasaran Hijau).....	16
2.1.4 <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	18

2.1.5 Hubungan Antara <i>Green Marketing</i> dan <i>Brand Image</i>	18
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.2.1 Skripsi	19
2.2.2 Jurnal Nasional	20
2.2.3 Jurnal Internasional.....	22
2.3 Kerangka Penelitian	24
2.4 Hipotesis Penelitian.....	26
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	26
BAB III	28
METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Operasionalisasi Variabel & Skala Pengukuran.....	28
3.2.1 Operasionalisasi Variabel	28
3.2.2 Skala Pengukuran	31
3.3 Populasi dan Sampel	32
3.3.1 Populasi	32
3.3.2 Sampel	32
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel	33
3.4 Teknik Pengumpulan data.....	34
3.4.1 Pengumpulan Data.....	34
3.4.2 Sumber Data	34
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	34
3.5.1 Uji Validitas.....	34
3.5.2 Uji Reliabilitas	36
3.6 Teknik Analisis Data.....	37
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	37
3.6.2 Method of Successive Interval (MSI).....	39
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	40
3.6.4 Analisis Korelasi.....	41
3.6.5 Analisis Regresi Linier Sederhana	42
3.6.6 Koefisien Determinasi	42
3.7 Uji Hipotesis.....	42
BAB IV	44
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Metode Pengumpulan kuesioner	44

4.2 Karakteristik Responden	44
4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	45
4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	46
4.2.4 Karakteristik Berdasarkan Status Atau Pekerjaan.....	46
4.3 Hasil Penelitian	47
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel <i>Green Marketing</i>	47
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	53
4.4 Analisis Data	57
4.4.1 Method of successive Interval (MSI)	57
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	60
4.4.3 Analisis Korelasi.....	62
4.4.4 Analisis Regresi Linier Sederhana	63
4.4.5 Koefisien Determinasi	64
4.5 Uji Hipotesis.....	65
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	66
4.6.1 Green Marketing.....	66
4.6.2 Brand Image	68
4.6.3 Pengaruh <i>Green Marketing</i> Terhadap <i>Brand Image</i>	69
BAB V	71
KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran.....	71
5.2.1 Saran Praktisi.....	71
5.2.2 Saran Teoritis.....	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	76