

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang	1
B. Rumusan masalah penelitian	9
C. Tujuan dan kontribusi penelitian	9
1. Tujuan penelitian	9
2. Kontribusi penelitian	9
BAB II	11
KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	11
A. Kajian pustaka	11
1. Marketing (pemasaran)	11
2. Marketing management (Manajemen pemasaran)	12
3. Green marketing (Pemasaran hijau)	13
4. Green marketing mix (Bauran pemasaran hijau)	15
5. Green brand image (Citra merek hijau)	16
6. Kualitas produk	18
7. Keputusan pembelian	21
8. Kajian riset	25
9. Hubungan antar variabel	30
B. Rerangka pemikiran	34
C. Hipotesis	35

BAB III	36
METODE PENELITIAN	36
A. Waktu dan tempat penelitian.....	36
1. Waktu penelitian.....	36
2. Tempat penelitian	36
B. Desain penelitian.....	36
C. Definisi dan operasionalisasi variabel.....	37
1. Definisi variabel	37
2. Definisi oprasionalisasi variabel.....	38
D. Pengukuran variabel.....	41
E. Populasi dan sampel penelitian	42
1. Populasi penelitian.....	42
2. Sample penelitian	43
F. Teknik pengumpulan data.....	44
G. Jenis data penelitian	45
H. Metode analisis data.....	45
1. Statistik Deskriptif.....	45
2. Uji Kualitas Data	46
3. Uji Asumsi Klasik	48
4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
5. Uji Hipotesis.....	51
BAB IV	54
HASIL DAN PEMBAHASAN	54
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	54
1. Tempat Dan Waktu Penelitian.....	54
2. Karakteristik profil responden.....	56
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	61
C. Hasil Uji Kualitas Data	66
1. Hasil Uji validitas	66
2. Hasil Uji Reliabilitas	71
D. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	72
1. Hasil Uji Normalitas.....	72

2. Hasil Uji Multikolinieritas.....	73
3. Hasil Uji Heteroskedisitas	75
E. Analisis Regresi Linier Berganda	76
F. Hasil Uji Hipotesis	77
1. Uji Signifikansi Silmutan (Uji F)	77
2. Uji Statistik t.....	79
3. Uji Koefisien Determinasi (R²).....	81
G. Pembahasan Hasil Penelitian	82
1. Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian	82
2. Pengaruh Green Brand Image terhadap keputusan pembelian.....	83
3. Pengaruh Kualitas produk terhadap keputusan pembelian.....	84
BAB V	86
KESIMPULAN DAN SARAN	86
A. Kesimpulan	86
B. Saran.....	87
Daftar Pustaka	90
LAMPIRAN	92

