

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah .....	15
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	16
1. Tujuan Penelitian .....	16
2. Kontribusi Penelitian.....	16
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS</b>	
A. Kajian Pustaka.....	18
1. Manajemen Pemasaran.....	18
2. Keputusan Pembelian.....	19
a. Perilaku Konsumen .....	19
b. Pengertian Keputusan Pembelian.....	20
c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	20
d. Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembelian .....	21
e. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian.....	24
3. Merek ( <i>Brand</i> ).....	30
a. Pengertian Merek ( <i>Brand</i> ).....	30
b. <i>Green Brand Image</i> .....	30
c. Indikator <i>Green Brand Image</i> .....	32

4. <i>Green Marketing Mix</i> .....	32
B. Penelitian Terdahulu .....	37
C. Rerangka Penelitian .....	42
D. Hipotesis.....	45
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	47
B. Desain Penelitian.....	47
C. Definisi dan Operasional Variabel .....	48
1. Definisi Variabel .....	48
2. Operasional Variabel.....	49
D. Skala Pengukuran.....	50
E. Populasi Dan Sampel Penelitian .....	51
1. Populasi .....	51
2. Sampel.....	51
F. Jenis dan Sumber data .....	52
1. Jenis Data .....	52
2. Sumber Data.....	53
G. Metode Analisis Data.....	53
1. Analisis Statistik Deskriptif .....	54
2. Analisis Statistik Inferensial .....	54
a. Evaluasi <i>Measurement (Outer Model)</i> .....	55
b. Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	56
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	58
1. Sejarah Singkat dan Logo Perusahaan .....	58
2. Visi, Misi dan Komitmen The Body Shop.....	60
a. Visi .....	60
b. Misi .....	60
c. Komitmen The Body Shop .....	61
3. The Body Shop <i>outlet</i> Menteng Huis.....	62
B. Statistik Deskriptif .....	63

1. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	63
2. Karakteristik Responden Menurut Usia.....	63
3. Karakteristik Responden Menurut Pendidikan.....	64
4. Karakteristik Responden Menurut Penghasilan.....	65
5. Karakteristik Kuesioner Berdasarkan Variabel <i>Green Product</i> .....	66
6. Karakteristik Kuesioner Berdasarkan Variabel <i>Green Price</i> .....	67
7. Karakteristik Kuesioner Berdasarkan Variabel <i>Green Place</i> .....	68
8. Karakteristik Kuesioner Berdasarkan Variabel <i>Green Promotion</i> .....	69
9. Karakteristik Kuesioner Berdasarkan Variabel <i>Green Brand Image</i> ....	70
10. Karakteristik Kuesioner Berdasarkan Variabel Keputusan Pembelian	71
C. Metode Analisis Data : SEM – <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	72
1. Evaluasi <i>Measurement Model</i> ( <i>Outer Model</i> ).....	73
a) <i>Convergent Validity</i> .....	73
b) <i>Discriminant Validity</i> .....	76
c) <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cornbach's Alpha</i> .....	78
2. Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> ).....	79
a) Nilai <i>R-Square</i> ( $R^2$ ).....	80
b) <i>Goodness of Fit Model</i> .....	80
c) Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur).....	82
D. Pembahasan.....	85
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan.....	89
B. Saran.....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	93
<b>LAMPIRAN</b> .....	98