

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
ABSTRAKSI	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
A. Latar belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Landasan Teori.....	13
1. GREEN Marketing	13
a. Defiisi <i>Green Marketing</i>	13
b. Manfaat <i>Green Marketing</i>	15
c. Komponen <i>Green Marketing</i>	16
d. Tujuan <i>Green Marketing</i>	18

e. Kendala <i>Green Marketing</i>	19
f. Isu Lingkungan Dalam Strategi Pemasaran	19
g. <i>Green Marketing Mix</i>	23
2. Penegtahuan Konsumen	26
a. Pengertian	26
b. Proses Perilaku "TAHU"	26
c. Tingkat Pengetahuan	28
d. Pengetahuan Konsumen	30
3. Minat Beli	31
a. Pengertian	31
3. Keputusan pembelian	37
a. Pengertian keputusan pembelian	37
b. Faktor-faktor Pengambilan Keputusan	39
c. Proses Pengambilan Keputusan	41
d. Indikator Keputusan Pembelian	43
B. Tinjauan Empiris	44
C. Kerangka Pemikiran	25
D. Hubungan Antar Variabel	46
E. Hipotesis	50
BAB III: METODE PENELITIAN	52
A. Tempat dan Waktu	52
B. Populasi dan sampel	52
1. Populasi	52
2. Sampel	52
3. Penentuan Jumlah sampel	53

C. Sumber data.....	54
D. Metode Pengambilan Data	54
E. Variabel Penelitian Dan Oprasional Variabel	55
a. Variabel Penelitian	55
b. Definisi Oprasional Variabel	56
F. Skala Pengeukuran Variabel	62
G. Teknik analisis data.....	64
a. Uji Instrumen Penelitan	64
b. Uji Hipotesis	67
c. Asumsi-asumsi	70
d. Pemeriksaan Validitas Model	71
e. Uji Mediasi Analisis Jalur.....	72
f. Interpretasi Hasil	75
BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN	76
A. Hasil penelitian.....	76
1. Deskriptif data responden	76
a. Jenis kelamin	76
b. Usia	77
c. Pekerjaan	77
d. Pendidikan Terakhir	78
e. Penghasilan dan pendapatan.....	79
2. Tanggapan Responden	79
B. Analisis Kuantitatif	83
C. Pembahasan.....	96
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN	105

A. Kesimpulan	105
B. Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.	Skala Pengukuran Variabel	62
Tabel 3.2.	Tabel Hasil Uji Validitas	65
Tabel 3.3.	Tabel Hasil Uji Reliabilitas	66
Tabel 4.1.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
Tabel 4.2.	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	77
Tabel 4.3.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	78
Tabel 4.4.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	78
Tabel 4.5.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	79
Tabel 4.6.	Deskripsi Variabel Green Marketing.....	80
Tabel 4.7.	Deskripsi Variabel Pengetahuan Konsumen	81
Tabel 4.8.	Deskripsi Variabel Minat Beli.....	82
Tabel 4.9.	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	82
Tabel 4.10.	Koefisien Determinasi Total.....	85
Tabel 4.11.	Hasil Regresi Green Marketing dan Keputusan Pembelian	86
Tabel 4.12.	Hasil Regresi Pengetahuan Konsumen dan Keputusan Pembelian	87
Tabel 4.13.	Hasil Regresi Green Marketing dan Minat Beli	88
Tabel 4.14.	Hasil Regresi Pengetahuan Konsumen dan Minat Beli.....	89
Tabel 4.15.	Hasil Regresi Minat Beli dan Keputusan Pembelian	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	46
Gambar 3.1	Model Analisis Jalur	69
Gambar 4.1	Model analisis Jalur	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner
Lampiran 2 : Tabulasi Data
Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas & Reliabilitas
Lampiran 4 : Frekuensi Karakteristik Responden
Lampiran 5 : Frekuensi Variabel
Lampiran 6 : Hasil Olah data Regresi Berganda
Lampiran 7 : Kegiatan-kegiatan <i>green marketing</i> The Body Shop.....