

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN KEASLIAN KARYA TULIS.....	iii
HALAMAN ABSTRAK.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	12
1. Pemosisian Merek Hijau (<i>Green Brand Positioning</i>).....	12
a. Definisi Pemosisian Merek Hijau	12
b. Indikator Pemosisian Merek Hijau.....	13
1) Pemosisian Fungsional.....	13
2) Pemosisian Emosional	14
3) Pemosisian Hijau.....	15
2. Sikap terhadap Merek Hijau.....	16
a. Definisi Sikap.....	16
b. Definisi Merek	17

c.	Definisi Sikap terhadap Merek Hijau.....	18
d.	Indikator Sikap terhadap Merek Hijau.....	19
1)	Kognitif.....	19
2)	Emosional.....	20
3.	Pengetahuan Merek Hijau.....	20
a.	Definisi Pengetahuan Merek Hijau.....	20
b.	Indikator Pengetahuan Merek Hijau.....	21
1)	Kesadaran Merek Hijau.....	21
2)	Citra Merek Hijau.....	22
4.	Nilai Konsumsi Hijau.....	23
a.	Definisi Nilai Konsumsi Hijau.....	23
b.	Indikator Nilai Konsumsi Hijau.....	23
1)	Nilai Fungsional.....	23
2)	Nilai Sosial.....	25
3)	Nilai Emosional.....	26
4)	Nilai Epistemik.....	27
5)	Nilai Kondisional.....	28
5.	Niat Pembelian Produk Hijau.....	30
a.	Definisi Niat Pembelian Produk Hijau.....	30
b.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Pembelian.....	31
1)	Motivasi.....	32
2)	Persepsi.....	32
3)	Pengetahuan.....	32
4)	Keyakinan dan sikap.....	33
c.	Indikator Niat Pembelian Produk Hijau.....	33
B.	Penelitian Terdahulu.....	34
C.	Hubungan antar Variabel.....	37
D.	Kerangka Konseptual.....	41
E.	Hipotesis Penelitian.....	41

BAB III METODE PENELITIAN

A.	Rancangan Penelitian.....	43
B.	Objek dan Waktu Penelitian.....	43
C.	Populasi.....	43
D.	Sampel dan Teknik Sampling.....	44
E.	Jenis Data Penelitian.....	45
F.	Prosedur Pengambilan Data.....	45
G.	Klasifikasi Variabel Penelitian.....	45
H.	Definisi Operasional Variabel.....	46
I.	Skala Pengukuran Variabel.....	48

J. Uji Instrumen.....	49
1. Uji Validitas	49
2. Uji Reliabilitas	51
K. Teknis Analisis Data	52
1. Analisis Deskriptif	52
2. Analisis Kuantitatif	52
3. Uji Hipotesis.....	53
a. Uji F (Simultan)	53
b. Uji T (Parsial).....	54
c. Uji Determinasi (R^2)	55

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	56
1. Analisis Deskriptif Responden.....	56
a. Program Studi	56
b. Usia	57
c. Jenis Kelamin	57
2. Analisis Deskriptif Variabel.....	58
a. Variabel Pemosisian Merek Hijau (X1).....	58
b. Variabel Sikap terhadap Merek Hijau (X2)	59
c. Variabel Pengetahuan Merek Hijau(X3).....	60
d. Variabel Nilai Konsumsi Hijau (X4)	62
e. Variabel Niat Pembelian Produk Hijau (Y)	63
3. Pengujian Hipotesis.....	64
a. Analisis Kuantitatif Regresi Linier Berganda	64
b. Uji F (Simultan)	66
c. Uji t (Parsial)	67
d. Koefisien Determinasi.....	69
B. Pembahasan.....	70

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	78
B. Saran.....	78

DAFTAR PUSTAKA	80
-----------------------------	-----------