DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PENGESAHAN ii

HALAMAN PERNYATAAN iii

HALAMAN PERSEMBAHAN iv

MOTTO v

KATA PENGANTAR vi

ABSTRAK viii

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xi

DAFTAR GAMBAR xii

DAFTAR LAMPIRAN xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 4
C. Tujuan Penelitian 5
D. Manfaat Penelitian 6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori .....
   1. Pemasaran Ramah lingkungan 7
   2. Desain Kemasan Ramah Lingkungan 9
   3. Citra Merek Ramah Lingkungan 10
   4. Persepsi Kualitas Ramah Lingkungan 11
   5. Keterikatan Merek Ramah Lingkungan 13
   6. Kepercayaan Ramah Lingkungan 15
B. Penelitian Terdahulu 17

C. Kerangka Pemikiran 21
D. Hipotesis Penelitian 22

BAB III METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian 24
B. Populasi 24
C. Sampel dan Teknik Sampling 25
D. Klasifikasi Variabel Penelitian 26
E. Definisi Operasional Variabel 27
F. Skala Pengukuran Variabel 29
G. Jenis Data 29
H. Prosedur Pengambilan Data 30
I. Uji Instrumen 30
J. Teknis Analisis Data 36
1. Analisis Deskriptif 36
2. Analisis Kuantitatif 37

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian 42
B. Pembahasan 62

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan 67
B. Saran 68

DAFTAR PUSTAKA 69

LAMPIRAN 74