

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSYARATAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Landasan Teori	13
1. Keputusan Pembelian.....	13
2. Harga.....	5
3. Kualitas Produk.....	8
4. Pemasaran Hijau (<i>Green Marketing</i>)	11
B. Telaah Penelitian Terdahulu	2
C. Hubungan antar Variabel	5
D. Kerangka Pemikiran.....	8
E. Hipotesis Penelitian.....	9
BAB III METODE PENELITIAN	10
A. Rancangan Penelitian	10
B. Objek dan Waktu Penelitian.....	11
C. Populasi.....	11

D. Sampel dan Teknik Sampling	12
E. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data.....	13
F. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	14
G. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	15
H. Skala Pengukuran Variabel	15
I. Uji Instrumen	18
J. Teknik Analisis Data.....	23
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	29
A. Analisis Statistik Deskriptif	29
B. Analisis Statistik Kuantitatif	38
C. Pembahasan.....	45
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	50
A. Kesimpulan	50
B. Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN.....	56