

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG PENELITIAN.....	1
1.2 IDENTIFIKASI DAN RUMUSAN MASALAH.....	10
1.2.1 IDENTIFIKASI MASALAH.....	10
1.2.2 RUMUSAN MASALAH.....	11
1.3 MAKSUD DAN TUJUAN PENELITIAN	12
1.3.1 MAKSUD PENELITIAN	12
1.3.2 TUJUAN PENELITIAN	12
1.4 KEGUNAAN PENELITIAN.....	13
1.4.1 Kegunaan Praktis (Memecahkan Masalah / <i>Applied Research</i>)	13
1.4.2 Kegunaan Akademis (Pengembangan Ilmu / <i>Basic Research</i>)	13
1.5 LOKASI DAN WAKTU PENELITIAN	13
1.5.1 Lokasi Penelitian	13
1.5.2 Waktu Penelitian.....	14

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	15
2.1 KAJIAN PUSTAKA	15
2.1.1 Green Advertising	15
2.1.2 Keputusan Pembelian	18
2.1.3 Hasil Penelitian Terdahulu	23
2.2 KERANGKA PEMIKIRAN	26
2.2.1 Hubungan / Pengaruh <i>Green Advertising</i> Dengan Keputusan Pembelian (Teori Dan Jurnal)	27
2.3 HIPOTESIS	28
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	30
3.1 OBJEK PENELITIAN.....	30
3.2 METODE PENELITIAN	31
3.2.1 Desain Penelitian.....	33
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	37
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data	39
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data (Observasi, kuesioner, wawancara, dokumentasi)	41
3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis	50
3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif (Kuantitatif)	51
3.2.5.2 Pengujian Hipotesis	55

BAB IV	58
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	58
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	58
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	60
4.2 Karakteristik Responden.....	61
4.3 Hasil Analisis Deskriptif.....	63
4.3.1 Green Advertising (X).....	64
4.3.2 Keputusan Pembelian (Y)	71
4.4 Hasil Analisis Verifikatif.....	80
4.4.1 Persamaan Regresi Linier Sederhana	80
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	81
4.4.2.1 Uji Normalitas	82
4.4.2.2 Uji Heteroskedastisitas	83
4.4.3 Analisis Korelasi	84
4.4.4 Analisis Koefisien Determinansi	86
4.4.5 Pengujian Hipotesis.....	87
BAB V	90
KESIMPULAN DAN SARAN	90
5.1 Kesimpulan	90

5.2 Saran	91
-----------------	----