

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	ii
MOTTO	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	19
1.2.1 Identifikasi masalah	19
1.2.2 Rumusan Masalah	19
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	21
1.3.1 Maksud Penelitian	21
1.3.2 Tujuan Penelitian	21
1.4 Manfaat Penelitian	22
1.4.1 Kegunaan Praktis.....	22
1.4.2 Kegunaan Akademis.....	22
1.5 Waktu Penelitian dan lokasi Penelitian	23
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	23
1.5.2 Waktu Penelitian.....	23
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka.....	25
2.1.1 Green Product.....	25
2.1.1.1 Denifisi Green Product.....	25
2.1.1.2 Alat-Alat Green Product	27
2.1.1.3 Karakteristik Green Product.....	28
2.1.1.4 Kriteria Green Product ...	29
2.1.1.5 Arti Penting Green Product.....	30

2.1.16	Indikator Green Product	31
2.1.2	Green Brand	31
2.1.2.1	Definisi Green Brand	31
2.1.2.2	Green Brand sebagai identifier dan differentiator.....	33
2.1.2.3	Indikator Green Brand.....	34
2.1.3	Keputusan Pembelian	35
2.1.3.1	Definisi Keputusan Pembelian.....	35
2.1.3.2	Proses Keputusan Pembelian	37
2.1.3.3	Jenis-Jenis Keputusan Pembelian	39
2.1.3.4	Aspek-Aspek Keputusan Pembelian	40
2.1.3.5	Faktor-Faktor Keputusan Pembelian.....	41
2.1.3.6	Indikator Keputusan Pembelian	42
2.1.4	Penelitian Terdahulu	4
2.2	Kerangka Pemikiran	51
2.2.1	Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	52
2.2.1.1	Hubungan Green Product dengan Keputusan Pembelian	52
2.2.1.2	Hubungan Green Brand dengan Keputusan Pembelian	53
2.2.1.3	Hubungan Antara Green Product Dan Green Brand Terhadap Keputusan Pembelian.....	54
2.3	Hipotesis	56
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN		59
3.1	Objek Penelitian.....	59
3.2	Metode Penelitian	60
3.2.1.	Desain Penelitian	61
3.2.2	Operasionalisasi Variabel	63
3.2.3	Sumber dan Teknik Penentuan Data	68
3.2.3.1	Sumber Data	68
3.2.3.2	Teknik Penentuan Data	69
3.2.4	Teknik Pengumpulan Data	73
3.2.4.1	Uji Validitas	73
3.2.4.2	Uji Realibilitas	75

3.2.4.3 Uji MSI	76
3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis	77
3.2.5.1 Rencana Analisis	77
3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif	78
3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif	79
3.2.5.2 Pengujian Hipotesis	84
BAB IV	89
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	89
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	89
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	91
4.1.2.1.....	91
4.1.2.2.....	91
4.1.3 Struktur Organisasi	91
4.1.3.1.....	93
4.1.4 Aktivitas Perusahaan.....	94
4.2 Pembahasan Penelitian.....	95
4.2.1 Karakteristik Responden	96
4.2.2 Analisis Deskriptif	100
4.2.2.1 Analisis Deskriptif Green Product	100
4.2.2.2 Analisis Deskriptif Green Brand.....	116
4.2.2.3 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian	135
4.3 Analisis Verifikatif.....	151
4.3.1 Uji Asumsi Klasik.....	151
4.3.2 Persamaan Regresi Linear Berganda.....	158
4.3.3 Analisis Korelasi	160
4.3.3.1 Analisis Korelasi Simultan	161
4.3.3.2 Analisis Parsial Green Product	162
4.3.3.3 Analisis Parsial Green Brand	164
4.4.4 Analisis Koefisien Determinasi (R-Square).....	165
4.4 Pengujian Hipotesis.....	168
4.4.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial	168
4.4.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan	173

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... 177

5.1 Kesimpulan..... 177

5.2..... 178

DAFTAR PUSTAKA