

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	ii
MOTTO	iii
ABSTRAK INDONESIA.....	iv
ABSTRAK INGGRIS	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah	14
1.2.1 Identifikasi Masalah	14
1.2.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	16
1.3.1 Maksud Penelitian.....	16
1.3.2 Tujuan Penelitian	16
1.4 Kegunaan Penelitian.....	16

1.4.1 Kegunaan Penelitian Teoritis	16
1.4.2 Kegunaan Penelitian Praktis.....	17
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	18
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	18
1.5.2 Waktu Penelitian.....	18

BAB II KAJIAN PUSTAKA KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka	19
2.1.1 Kesadaran Lingkungan.....	19
2.1.1.1 Indikator Kesadaran Lingkungan	26
2.1.2 Nilai Pelanggan	27
2.1.2.1 Indikator Nilai Pelanggan.....	28
2.1.3 Niat Beli Ulang.....	30
2.1.3.1 Motif Niat Beli Ulang.....	30
2.1.3.2 Indikator Niat Beli Ulang	32
2.1.4 Penelitain Terdahulu.....	32
2.2 Kerangka Pemikiran.....	36
2.2.1 Hubungan Kesadaran Lingkungan Terhadap Niat Beli Ulang	37
2.2.2 Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Niat Beli Ulang.....	37
2.2.3 Pengaruh Kesadaran Lingkungan dan Nilai Pelanggan Terhadap Niat Beli Ulang.....	37

2.2.4 Paradigma Penelitian.....	38
2.3 Hipotesis	38

BAB III OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	40
3.2 Metodologi Penelitian	40
3.2.1 Desain Penelitian	42
3.2.2 Operasional Variabel	45
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data.....	48
3.2.3.1 Sumber Data	49
3.2.3.2 Teknik Penentuan Data	49
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.2.4.1 Uji Validitas	53
3.2.4.2 Uji Reabilitas	57
3.2.4.3 Uji MSI.....	58
3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	60
3.2.5.1 Rancangan Analisis	60
3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif.....	61
3.2.5.1.1 Analisis Verifikatif	62
3.2.5.2 Pengujian Hipotesis	70

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Pemukiman	74
4.1.1 Gambaran Umum Pemukiman	75
4.1.2 Struktur Organisasi	75
4.1.3 Deskripsi Jabatan	76
4.2 Hasil Penelitian	80
4.2.1 Pengujian Kualitas Alat Ukur	80
4.2.2 Karakteristik Responden	80
4.2.3 Analisis Deskriptif	82
4.2.3.1 Gambaran Mengenai Kesadaran Lingkungan	83
4.2.3.2 Gambaran Mengenai Nilai Pelanggan	88
4.2.3.3 Gambaran Mengenai Niat Beli Ulang.....	93
4.3 Analisis Verifikatif.....	97
4.3.1 Persamaan Regresi Linier Berganda	97
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	99
4.3.2.1 Uji Normalitas	99
4.3.2.2 Uji Multikolinieritas.....	100
4.3.2.3 Uji Heteroskedastisita	101
4.3.3 Analisis Korelasi	103
4.3.3.1 Analisis Korelasi Parsial	103
4.3.3.2 Analisis Korelasi Simultan.....	105
4.3.4 Koefisien Determinasi	105
4.3.5 Pengujian Hipotesis	108

4.3.5.1 Pengujian Hipotesis Parsial Uji T	108
4.3.5.2 Pengujian Hipotesis Simultan Uji F.....	111
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	114
5.2 Saran.....	115

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Top Brand Index.....	6
Tabel 1.2	Daftar Harga Lampu Philips LED	6
Tabel 1.3	Hasil Kuisoner Variabel Kesadaran Lingkungan.....	10
Tabel 1.4	Hasil Kuisoner Variabel Nilai Pelanggan	11
Tabel 1.5	Hasil Kuisoner Variabel Niat Beli Ulang.....	13
Tabel 1.6	Pelaksanaan Kegiatan.....	18
Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 2.2	Paradigma Penelitian	38
Tabel 3.1	Tabel Desain Penelitian.....	44
Tabel 3.2	Operasi Variabel.....	48
Tabel 3.3.	Interpretasi Nilai r	56
Tabel 3.4.	Hasil Uji Validitas	57
Tabel 3.5.	Standar Penilaian Koefisien Validitas dan Realibilitas.....	59
Tabel 3.6.	Hasil Pengujian Realibilitas Instrumen	59
Tabel 3.7	Kriteria Presen Tanggapan Responden	62
Tabel 3.8	Tingkat Keeratan Korelasi	69
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
Tabel 4.2	Karakteristik Berdasarkan Usia.....	81
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	81
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	82
Tabel 4.5	Kriteria Persentase Tanggapan Responden	83
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Mengenai Indikator General Belief	85

Tabel 4.7	Tanggapan Responden Mengenai Indikator Personal Attitude	85
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Mengenai Indikator Knowledge	86
Tabel 4.9	Rekapitulasi Tanggapan Mengenai Kesadaran Lingkungan	87
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Mengenai Indikator Functional Value	88
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Mengenai Indikator Emotional Value.....	89
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Mengenai Indikator Social Value	91
Tabel 4.13	Rekapitulasi Tanggapan Mengenai Nilai Pelanggan.....	92
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Mengenai Indikator Transaksional	93
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Mengenai Indikator Referensial.....	94
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Mengenai Indikator Eksploratif.....	95
Tabel 4.17	Rekapitulasi Tanggapan Mengenai Niat Beli Ulang.....	96
Tabel 4.18	Persamaan Regresi Linier Berganda	98
Tabel 4.19	Hasil Uji Normalitas Data	100
Tabel 4.20	Hasil Uji Multikolinieritas.....	101
Tabel 4.21	Hasil Uji Heteroskedasititas	103
Tabel 4.22	Hubungan Antara Kesadaran Lingkungan dan Niat Beli Ulang	104
Tabel 4.23	Hubungan Antara Nilai Pelanggan dan Niat Beli Ulang.....	104
Tabel 4.24	Hasil Analisis Korelasi Simultan	105
Tabel 4.25	Koefisien Determinasi Parsial	106
Tabel 4.26	Koefisien Determinasi Simultan	107
Tabel 4.27	Pengujian Hipotesis Parsial X1	108
Tabel 4.28	Pengujian Hipotesis Parsial X2.....	110
Tabel 4.29	Pengujian Hipotesis	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Emisi Pemanasan Global.....	3
Gambar 2.2.	Paradigma Penelitian.....	26
Gambar 3.1.	Desain Penelitian.....	45
Gambar 3.2.	Uji Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis.....	73
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Griya Bandung Asri 1	74
Gambar 4.2	Garis Kontinum Kesadaran Lingkungan	86
Gambar 4.3	Garis Kontinum Nilai Pelanggan	91
Gambar 4.4	Garis Kontinum Niat Beli Ulang.....	95
Gambar 4.5	Uji Hipotesis Parsial X1	107
Gambar 4.6	Uji Hipotesis Parsial X2.....	109
Gambar 4.7	Kurva Hipotesis Simultan X1 dan X2 terhadap Y	111