DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i
LEMBAR KEASLIAN ii
MOTTO iii
ABSTRACT iv
ABSTRAK v
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI vii
DAFTAR GAMBAR viii
DAFTAR TABEL ix
DAFTAR LAMPIRAN x

BAB I PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang Penelitian 1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah 11
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 12
1.4.1 Kegunaan Akademis 13
1.4.2 Kegunaan Praktis 13
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian 14

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS
2.1 Kajian Pustaka 15
2.1.1 Pemasaran Hijau 15
2.1.1.1 Konsep Pemasaran Hijau 16
2.1.1.2 Bauran Pemasaran Hijau 18

2.1.1.3 Hambatan Pemasaran Hijau.....19
2.1.1.4 Upaya Untuk Mengatasi Hambatan Pemasaran Hijau.....20
2.1.2 Sikap 21
2.1.2.1 Teori Mengenai Sikap 22
2.1.2.2 Fungsi Sikap 26
2.1.2.3 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pembentukan Sikap.....27
2.1.2.4 Cara Merubah Sikap 28
2.1.3 Keputusan Pembelian 28
2.1.3.1 Proses Pengambilan Keputusan 29
2.1.4 Penelitian Terdahulu 31
2.2 Kerangka Pemikiran 36
2.2.1 Keterkaitan Antar Variabel Penelitian 40
2.2.1.1 Hubungan Konsep Pemasaran Hijau Terhadap Keputusan Pembelian.....40
2.2.1.2 Hubungan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian 41
2.3 Hipotesis 42

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian 43
3.2 Metode Penelitian 43
3.2.1 Desain Penelitian 45
3.2.2 Operasional Variabel.....48
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data 53
3.2.3.1 Sumber Data 53
3.2.3.2 Teknik Penentuan Data 54
3.2.4 Metode Pengumpulan Data 56
3.2.4.1 Uji Validitas 57

3.2.4.2 Uji Reliabilitas 58
3.2.4.3 MSI *(Method of Successive Internal)*.....61
3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis 63
3.2.5.1 Rancangan Analisis 63
3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif (Kualitatif).....63
3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif (Kuantitatif).....65
3.2.5.2 Pengujian Hipotesis 70

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan 75
4.1.1 Sejarah Perusahaan 75
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan 87
4.1.3 Job Description 87
4.1.4 Aktivitas Perusahaan 90
4.2 Karakteristik Responden.....91
4.2.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 91
4.2.2 Responden Berdasarkan Usia 92
4.2.3 Responden Berdasarkan Status 92
4.2.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan 93
4.3 Analisis Deskriptif.....94
4.3.1 Analisis Deskriptif Pelaksanaan Konsep Pemasaran Hijau 94
4.3.1.1 Tanggapan Responden Mengenai Indikator *Green Product* 94
4.3.1.2 Tanggapan Responden Mengenai Indikator *Green Publicity* 97
4.3.1.3 Tanggapan Responden Mengenai Indikator *Green Price* 99
4.3.2 Analisis Deskriptif Sikap Konsumen 102
4.3.2.1 Tanggapan Responden Mengenai Indikator Konatif 103
4.3.2.2 Tanggapan Responden Mengenai Indikator Afektif 104
4.3.2.3 Tanggapan Responden Mengenai Indikator Kognitif 104

4.3.3 Analisis deskriptif Keputusan Pembelian 106
4.3.3.1 Tanggapan Responden Mengenali Tingkat Kebutuhan akan Produk 107
4.3.3.2Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Informasi Untuk Memenuhi Kebutuhan 107
4.3.3.3 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Pertimbangan Sebelum Membeli Produk 108
4.3.3.4 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Keputusan untuk Membeli 109
4.3.3.5 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kepuasan Setelah Membeli 109
4.4 Analisis Verifikatif 111
4.4.1 Analisis Korelasi Parsial Antara Konsep Pemasaran Hijau (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) 111
4.4.2 Analisis Korelasi Parsial Antara Sikap Konsumen (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) 112
4.4.3 Pengaruh Penerapan Konsep Pemasaran Hijau (X_1) dan Sikap Konsumen (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Secara Simultan 113

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 114
5.2 Saran..... 115

DAFTAR PUSTAKA
KUESIONER
LAMPIRAN - LAMPIRAN