DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN ii

MOTTO iii

ABSTRAK iv

ABSTRACT v

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI viii

DAFTAR GAMBAR xiii

DAFTAR TABEL xiv

DAFTAR LAMPIRAN xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah 7

1.2.1 Identifikasi Masalah 7

1.2.2 Rumusan Masalah 7

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 8

1.3.1 Maksud Penelitian 8

1.3.2 Tujuan Penelitian 8

1.4 Kegunaan Penelitian 9

1.4.1 Bagi Akademisi 9

1.4.2 Bagi Praktis 9

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian.....10

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 *Green Product* 11

2.2 Periklanan.....12

2.2.1 Pengertian Periklanan.....12

2.2.2 Tujuan Periklanan 13

2.2.3 *Green Advertising*.....15

2.3 Keputusan Pembelian.....16

2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....16

2.3.2 Tipe-tipe Pengambilan Keputusan 17

2.3.3 Proses Keputusan Pembelian 18

2.4 Penelitian Sebelumnya 28

2.5 Kerangka Pemikiran.....31

2.6 Hubungan antara variabel 32

2.6.1 Hubungan *Green Product* terhadap keputusan pembelian.....32

2.6.2 Hubungan *Green Advertising* terhadap keputusan pembelian.....32

2.7 Pradigma penelitian.....33

2.8 Hipotesis.....33

2.8.1 Hipotesis utama.....33

2.8.2 Sub Hipotesis 34

BAB III METODE PENLITIAN

3.1 Objek Penelitian 35

3.2 Metode Penelitian.....35

3.2.1 Desain Penelitian.....37

3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....41

3.2.2.1 Variabel Bebas 46

3.2.2.2 Variabel Terikat 46

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data 46

3.2.3.1 Sumber Data (Primer dan Sekunder).....46

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data 49

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data 50

3.2.4.1 Uji Validitas 52

3.2.4.2 Uji Reliabilitas.....55

3.2.4.3 Uji MSI.....57

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis 59

3.2.5.1 Rancangan Analisis 59

3.2.5.2 Analisis Deskriptif (Kualitatif).....59

3.2.5.3 Analisis Verifikatif (Kuantitatif).....61

3.2.5.4 Pengujian Hipotesis 65

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran umum perusahaan 69

4.1.1 Sejarah Perusahaan The Body Shop 69

4.1.1.1 The Body Shop Indonesia 73

4.1.1.2 Kondisi Bisnis Perusahaan 74

4.1.1.3 Filosofi dan Misi Perusahaan 79

4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan 81

4.1.3 Job Description 82

4.1.4 Aktivitas Perusahaan 84

4.2 Pembahasan Penelitian 85

4.2.1 Analisis Deskriptif 85

4.2.1.1 Karakteristik Responden 86

4.2.1.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 86

4.2.1.1.2 Responden Berdasarkan Usia 87

4.2.1.1.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan 88

4.2.1.2 Analisis Deskriptif *Green Product* 88

4.2.1.3 Analisis Deskriptif *Green Advertising* 99

4.2.1.4 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian 110

4.3 Analisis Verifikatif 116

4.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda 117

4.3.2 Analisis Koefisien Korelasi Pearson 118

4.3.2.1 Analisis Korelasi Parsial antara *Green product* (X_1) terhadap

Keputusan Pembelian (Y) 119
4.3.2.2 Analisis Korelasi Parsial antara *Green Advertising* (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) 120
4.3.3 Analisis Koefisien Determinasi 121
4.3.4 Pengujian Hipotesis 123
4.3.4.1 Pengujian Hipotesisi Secara Simultan (Uji f) 123
4.3.4.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t) 124
4.3.4.2.1 Pengujian Hipotesis *Green Product* Terhadap Keputusan Pembelian 125
4.3.4.2.2 Pengujian Hipotesis *Green Advertising* Terhadap Keputusan Pembelian 126

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 129
5.2 Saran 130

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Judul Gambar	Hal
Gambar 2.1	Proses pengambilan keputusan pembelian	19
Gambar 2.2	Pradigma Penelitian	33
Gambar 3.1	Desain Penelitian	42
Gambar 3.2	Daerah penerimaan dan penolakan Ho	70
Gambar 4.1	Kekuatan-kekuatan yang mempengaruhi persaingan industri	75
Gambar 4.2	Struktur Organisasi The Body Shop	81
Gambar 4.3	Uji Hipotesis Parsial X_1 terhadap Y	126
Gambar 4.4	Uji Hipotesis Parsial X_2 terhadap Y	128

DAFTAR TABEL

No Tabel **Judul Tabel** **Hal**

Tabel 1.1 Hasil Kuesioner Awal Variabel *Green Product* 4

Tabel 1.2 Hasil Kuesioner Awal Variabel *Green Advertising* 5

Tabel 1.3 Hasil Kuesioner Awal Variabel Keputusan Pembelian 6

Tabel 1.4 Waktu Penelitian 10

Tabel 2.1 Penelitian sebelumnya 28

Tabel 3.1 Desain Penelitian 41

Tabel 3.2 Operasional Variabel 43

Tabel 3.3 Pilihan jawaban kuisioner positif 48

Tabel 3.4 Pilihan jawaban kuisioner negatif 48

Tabel 3.5 Standar Penilaian untuk validitas 53

Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Instrumen penelitian 54

Tabel 3.7 Standar penilaian untuk reliabilitas 56

Tabel 3.8 Uji reliabilitas 57

Tabel 3.9 Kriteria presentase skor tanggapan responden terhadap skor Ideal 61

Tabel 3.10 Tingkat Keeratan korelasi 64

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 86

Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia 87

Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan 88

Tabel 4.6 Skor Responden terhadap produk yang dapat didaur ulang 91

Tabel 4.7 Skor Persentase Responden Produk yang dapat didaur ulang 91
Tabel 4.11 Skor Responden Terhadap Produk yang tahan lama 94
Tabel 4.12 Skor Persentase Responden produk yang tahan lama 94
Tabel 4.18 Skor Responden Terhadap Produk yang terjamin aman bagi lingkungan 98
Tabel 4.19 Skor Persentase Responden produk yang terjamin aman bagi lingkungan 99
Tabel 4.23 Skor Responden Terhadap iklan yang membahas hubungan produk/jasa dan biofisik lingkungan 102
Tabel 4.24 Skor Persentase Responden iklan yang membahas hubungan produk/jasa dan biofisik lingkungan 102
Tabel 4.28 Skor Persentase Terhadap iklan mempromosikan gaya hidup hijau melalui produk/jasa 105
Tabel 4.29 Skor Persentase Responden iklan mempromosikan gaya hidup hijau melalui produk/jasa 105
Tabel 4.33 Skor Persentase Terhadap iklan menghadirkan citra perusahaan tanggung jawab lingkungan 109
Tabel 4.34 Skor Persentase Responden iklan menghadirkan citra perusahaan tanggung jawab lingkungan 109
Tabel 4.41 Skor Responden Terhadap Keputusan Pembelian 115
Tabel 4.42 Skor Persentase Responden Keputusan Pembelian 115
Tabel 4.44 Hasil Regresi Linear Berganda 117
Tabel 4.45 Persamaan Regresi Linear Berganda 117

Tabel 4.46 Hasil Uji Korelasi Parsial *Green Product* dengan Keputusan Pembelian 119
Tabel 4.48 Hasil Uji Korelasi parsial Green Advertising dengan Keputusan pembelian 120
Tabel 4.50 Uji Koefisien Determinasi *Green Product*, *Green Advertising* dengan Keputusan Pembelian 122
Tabel 4.51 Koefisien Determinasi (Parsial) 122
Tabel 4.52 Pengujian Hipotesis Simultan 124
Tabel 4.53 Uji Hipotesis X_1 (Uji t) 125
Tabel 4.54 Uji Hipotesis X_2 (Uji t) 127

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul Lampiran
Lampiran 1	Surat Pengantar Penelitian
Lampiran 2	Surat Balasan Perusahaan
Lampiran 3	Lembar Bimbingan Skripsi
Lampiran 4	Lembar Revisi
Lampiran 5	Kuesioner
Lampiran 6	Hasil Output SPSS
Lampiran 7	Daftar Riwayat Hidup