DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRACT i

ABSTRAK ii

KATA PENGANTAR iii

DAFTAR ISI iv

DAFTAR GAMBAR ix

DAFTAR TABEL x

BAB I PENDAHULUAN

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 11

1.3.1 Maksud Penelitian 11

1.3.2 Tujuan Penelitian 12

1.4 KegunaanPenelitian 12

1.4.1 Kegunaan Praktis 12

1.4.2 Kegunaan Akademis 13

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian 14

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN,DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka 15

2.1.1 Pengertian Produk 14
2.1.2 Pengertian *Green Product*.....16
2.1.2.1 Indikator *Green Product* 14
2.1.2.2 Faktor yang mempengaruhi pembelian *Green Product*.....18
2.1.3 Promosi 21
2.1.4 Pengertian *Green Advertising* 22
2.1.4.1 Jenis *Green Advertising*.....23
2.1.4.2 Langkah-langkah *Green Advertising*.....23
2.1.4.3 Indikator *Green Advertising* 24
2.1.4.4 Klaim dari *Green Advertising*.....25
2.1.5 Perilaku Konsumen.....26
2.1.5.1 Perilaku Konsumen menurut ahli..... 27
2.1.5.2 Keputusan Pembelian.....28
2.1.5.3 Indikator Keputusan Pembelian.....29
2.1.5.4 Faktor-faktor Keputusan Pembelian.....31
2.1.6 Penelitian Terdahulu 31
2.2 Kerangka Pemikiran.....36
2.2.1 Keterikatan Antar Variabel 37
2.2.1.1 Keterkaitan *Green Product* Dengan Keputusan Pembelian 37
2.2.1.2 Keterkaitan *Green Advertising* Dengan Keputusan Pembelian ...38
2.3 Hipotesis 39
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN
3.1 Metode Penelitian 41

3.2 Desain Penelitian 43
3.2.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....45
3.2.2 Sumber danTeknik Penentuan Data 47
3.2.2.1 Sumber Data (Primer dan Sekunder).....47
3.2.2.2 Teknik Penentuan Data 48
3.2.2.3 Populasi.....48
3.2.2.4 Sampel.....49
3.2.3 TeknikPengumpulan Data 50
3.2.3.1 Uji Validitas 52
3.2.3.2 Hasil Uji Validitas.....54
3.2.3.3 Uji Realibilitas 55
3.2.3.4 Hasil Uji Realibilitas.....57
3.2.4 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis 57
3.2.4.1 Rancangan Analisis.....57
3.2.4.1.1 Analisis Deskriptif (Kualitatif) 58
3.2.4.1.2 Analisis Verifikatif (Kuantitatif) 59
3.2.4.2 Pengujian Hipotesis 63
3.2.4.2.1 Pengujian Secara Parsial 65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1 Hasil Penelitian 68
4.1.1 Sejarah Superindo. 69
4.1.2 Visi dan Misi Superindo 69
4.2 Pembahasan Penelitian.....69

4.2.1 Karakteristik Responden 70
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelamin.....71
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....72
4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....72
4.2.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....73
4.2.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....73
4.2.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan.74
4.3 Analisis Deskriptif 74
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel *Green Product*.....74
4.3.1.1 Kemasan Daur Ulang 75
4.3.1.2 Produk yang Berkualitas 77
4.3.1.3 Produk Ramah Lingkungan 80
4.3.1.4 Hasil Pengolahan Data Variabel *Green Product* 83
4.3.2. Analisis Deskriptif Variabel *Green Advertising* 84
4.3.2.1. Promosi Ramah Lingkungan.....84
4.3.2.2. Kekuatan Pesan 87
4.3.2.3. Daya Tarik 90
4.3.2.4. Manfaat 94
4.3.2.5. Faktor Pendukung 95
4.3.2.6. Hasil Pengolahan Data Variabel *Green Advertising* 98
4.3.3. Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....99
4.3.3.1 Pengenalan Kebutuhan.....99
4.3.3.2 Pencarian Informasi 102

4.3.3.3 Evaluasi Alternatif 104
4.3.3.4 Keputusan Pembelian.....107
4.3.3.5 Perilaku Pasca Pembelian.....110
4.3.3.6 Hasil Pengolahan Data Variabel Keputusan Pembelian.....113
4.4 Analisis Verifikatif.....114
4.4.1 Uji Asumsi Klasik 115
4.4.1.1 Hasil Pengujian Normalitas.....115
4.4.1.2 Hasil Pengujian Multikolinearitas.....116
4.4.1.3 Hasil Pengujian Autokorelasi.....117
4.4.1.4 Hasil Pengujian Heteroskedalitas.....118
4.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda 118
4.4.2.1 Model Regresi 119
4.4.2.2 Analisis Korealis 121
4.4.2.3 Koefisien Determinasi.....124
4.4.2.4 Koefisien Determinasi Parsial.....124
4.4.3 Pengujian Hipotesi.....125
4.4.3.1.Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F) 126
4.4.3.2 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T).....128
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
5.1 Kesimpulan 131
5.2 Saran 133
LAMPIRAN
DAFTAR PUSTAKA