

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIK	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	2
1.1 GAMBARAN UMUM OBJEK PERUSAHAAN	2
1.2 LATAR BELAKANG	9
1.3 PERUMUSAN MASALAH	12
1.4 TUJUAN PENELITIAN	13
1.5 MANFAAT PENELITIAN	13
1.5.1 ASPEK TEORITIS	13
1.5.2 ASPEK PRAKTISI	13
1.6 SISTEMATIKA PENULISAN	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1.1 PENGERTIAN PEMASARAN	15
2.1.2 GREEN MARKETING	15
2.1.3 GREEN MARKETING MIX	17
2.1.4 GREEN PRODUCT	18
2.1.5 KEPUTUSAN PEMBELIAN	20
2.2 PENELITIAN TERDAHULU	23
2.3 KERANGKA PEMIKIRAN	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 JENIS PENELITIAN	27
3.2 OPERASIONAL VARIABEL	27

3.2.1 SKALA OPERASIONAL.....	29
3.3 TAHAPAN PENELITIAN	30
3.4 POPULASI DAN SAMPEL	31
3.4.1 POPULASI.....	31
3.4.2 SAMPEL.....	32
3.5 PENGUMPULAN DATA	33
3.6 UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS.....	34
3.7 TEKNIK ANALISIS DATA.....	36
3.7.1 ANALISIS DESKRIPTIF	36
3.7.2 ANALISIS VERIFIKATIF.....	37
3.8 PENGUJIAN HIPOTESIS.....	38
 BAB IV PEMBAHASAN.....	 40
4.1 KARAKTERISTIK RESPONDEN	40
4.2 HASIL PENELITIAN	44
4.2.1 PEMBAHASAN VALIDITAS DAN RELIABILITAS	44
4.2.2 ANALISIS DESKRIPTIF.....	45
4.2.3 UJI REGRESI LINIER SEDERHANA.....	52
4.2.4 HIPOTESIS.....	52
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 KESIMPULAN	54
5.2 SARAN	54
 DAFTAR PUSTAKA	 56