

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>.i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>.ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>.iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>.iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>.xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>.xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum dan Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	4
1.3 Rumusan Masalah .....	9
1.4 Tujuan Penelitian .....	9
1.5 Kegunaan Penelitian.....	9
1.5.1 Kegunaan Teoritis .....	9
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1. Tinjauan Pustaka Penelitian .....	11
2.1.1 Pemasaran .....	11
2.1.2 Bauran Pemasaran .....	11
2.1.3 Konsep <i>Green Marketing</i> .....	13
2.1.4 <i>Green Marketing Mix</i> .....	14
2.1.5 <i>Green Consumer</i> .....	15
2.1.6 Citra merek ( <i>Brand Image</i> ) .....	16
2.1.7 Hubungan Antara <i>Green Marketing Mix</i> dengan <i>Brand Image</i> .....	17
2.2 Penelitian Terdahulu .....	19
2.2.1 Skripsi.....	19
2.2.2 Jurnal Nasional .....	20

2.2.3 Jurnal Internasional .....	22
2.3 Kerangka Pemikiran.....	24
2.4 Hipotesis Penelitian.....	25
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	25
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	26
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran .....	27
3.2.1 Variabel Operasional.....	28
3.2.2 Skala Pengukuran .....	30
3.3 Tahapan Penelitian .....	31
3.4 Populasi dan Sampel .....	32
3.5 Pengumpulan Data .....	32
3.6 Keabsahan Data.....	33
3.6.1 Uji Normalitas .....	33
3.6.2 Uji Validitas .....	34
3.6.3 Uji Reliabilitas.....	37
3.7 Teknik Analisis Data.....	38
3.7.1 Analisis Deskriptif dan Kausal.....	38
3.7.2 Analisis Regresi Berganda .....	40
3.8 Uji Hipotesis .....	41
3.8.1 Uji Hipotesis Parsial (Uji-T) .....	41
3.8.2 Uji Hipotesis Simultan (Uji-F) .....	42
3.8.3 Koefisien Determinasi .....	42
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
4.1 Analisis Karakter Responden.....	43
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia .....	44
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan .....	44
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....	45
4.1.5 Cross Tabulation Karakteristik Responden .....	46
4.2 Hasil Penelitian .....	46

4.2.1 Analisis Variabel <i>Green Marketing Mix</i> .....	46
4.2.2 Analisis Variabel <i>Brand Image</i> .....	57
4.3 Pengaruh Bauran Pemasaran <i>Green Marketing Mix</i> Terhadap Proses <i>Brand Image</i> Produk <i>The Body Shop</i> .....	60
4.3.1 Konversi Skala .....	60
4.3.2 Uji Asumsi Klasik .....	60
4.4 Analisis Regresi Berganda .....	63
4.5 Uji Hipotesis .....	64
4.5.1 Uji T .....	64
4.5.2 Uji F.....	66
4.5.1 Koefisien Determinasi .....	67
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian .....	68
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>71</b>
5.1 Kesimpulan .....	71
5.2 Saran.....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>.....</b>