

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | .i |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | .ii |
| HALAMAN PERNYATAAN..... | .iii |
| KATA PENGANTAR..... | .iv |
| ABSTRAK | vi |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL | .xi |
| DAFTAR GAMBAR..... | .xii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 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 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 11 |
| 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 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 26 |
| 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 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 43 |
| 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 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 71 |
| 5.1 Kesimpulan | 71 |
| 5.2 Saran..... | 72 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 73 |
| LAMPIRAN..... | |