

DAFTAR ISI

COVER.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIK.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambar Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang Masalah.....	5
1.3 Perumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Kegunaan Penelitian	9
151 Kegunaan Teoritis	9
152 Kegunaan Praktis	9
1.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II	11
TINJAUAN PUSAKA.....	11
2.1 Tinjauan Pustaka.....	11
2.1.1 Pemasaran	11
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.3 <i>Green Marketing</i>	12
2.1.4 <i>Green Product</i>	15
2.1.5 <i>Green Perceived Value</i>	16
2.1.6 <i>Green Purchase Behaviour</i>	18
2.2 Kerangka Pemikiran.....	20

2.3	Hipotesis	21
2.4	Penelitian Terdahulu	22
BAB III.....		24
METODE PENELITIAN		24
3.1	Jenis Penelitian.....	24
3.2	Variabel Operasional	24
3.1.1	Skala Penelitian dan Pengukuran.....	26
3.3	Tahapan Penelitian.....	27
3.4	Populasi dan Sampel.....	29
3.4.1	Populasi	29
3.4.2	Sampel.....	29
3.5	Teknik Sampling.....	30
3.6	Pengumpulan Data	31
3.7	Uji Validitas dan Reabilitas	31
3.7.1	Uji Validitas	31
3.7.2	Uji Reliabilitas	32
3.8	Teknik Analisis Data	33
3.8.1	Analisis Deskriptif	33
3.8.2	Uji Asumsi Klasik.....	35
3.8.3	Regresi Linear Sederhana	36
3.8.4	Uji Hipotesis.....	37
BAB IV		39
PEMBAHASAN		39
4.1	Karakteristik Responden.....	39
4.2	Hasil Penelitian	43
4.2.1	Pembahasan Validitas dan Reliabilitas	43
4.2.2	Analisis Deskriptif	44
4.2.3	Uji Asumsi Klasik	49
4.2.4	Analisis Regresi Linear Sederhana	50
4.2.6	Uji Koefisien Determinasi	53

BAB V	55
KESIMPULAN DAN SARAN	55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

