

## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</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>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Perusahaan.....	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan.....	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	2
1.2 Latar Belakang Objek Observasi.....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.6 Sistematika Penelitian.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1 Tinjauan Pustaka.....	9
2.1.1 Pemasaran.....	9
2.1.2 Green Marketing.....	10
2.1.3 Green Marketing Mix.....	11
2.1.4 Tujuan Green Marketing.....	12
2.1.5 Perilaku Konsumen.....	13

2.1.6	Keputusan Pembelian.....	13
2.1.7	Hubungan Green Marketing terhadap Keputusan pembelian.....	15
2.2	Penelitian Terdahulu.....	15
2.3	Kerangka Pemikiran.....	18
2.4	Hipotesis Penelitian.....	19
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>20</b>
3.1	Objek Penelitian.....	20
3.2	Jenis Penelitian.....	20
3.3	Operasional Variabel.....	21
3.4	Pengumpulan Data.....	24
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.6	Populasi dan Sampel.....	26
3.7	Skala Operasional.....	27
3.8	Tahap Penelitian.....	29
3.9	Alat Uji Data.....	31
3.9.1	Uji Validitas dan Reabilitas.....	31
3.10	Teknik Analisis Data.....	31
3.10.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	31
3.10.2	Uji Normalitas Data.....	33
3.10.3	Pengujian Hipotesis secara Parsial (Uji T).....	33
3.10.4	Pengujian Hipotesis secara Simultan (Uji F).....	34
3.10.5	Regresi Linier Sederhana.....	34
3.10.6	Uji Determinasi.....	35
<b>BAB IV</b>	<b>PEMBAHASAN.....</b>	<b>36</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	36
4.2	Karakteristik Responden.....	36
4.3	Analisis Validitas dan Realibilitas.....	40

4.4	Pengaruh Green Marketing terhadap Keputusan Pembelian.....	44
4.4.1	Uji Asumsi Klasik.....	44
4.4.2	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	45
4.4.3	Uji Hipotesis.....	47
4.4.4	Persepsi Responden.....	51
4.4.5	Tanggapan terhadap Green Marketing.....	52
4.4.6	Tanggapan terhadap Keputusan Pembelian.....	55
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>58</b>
5.1	Kesimpulan.....	58
5.2	Saran.....	58
	<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>60</b>