

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Perumusan masalah	14
1.4 Pertanyaan penelitian	15
1.5 Tujuan penelitian.....	15
1.6 Manfaat Penelitian.....	16
1.6.1 Aspek Teoritis.....	16
1.6.2 Aspek Praktis	16
1.7 Ruang Lingkup penelitian	16
1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian.....	16
1.8 Sistematis Penulisan Tugas Akhir	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18

2.1 Teori - Teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu.....	18
2.1.1 Marketing.....	18
2.1.2 Green Marketing.....	18
2.1.3 Green Marketing Tools.....	19
2.1.3.1 Eco-label.....	19
2.1.3.2 Eco-brand.....	20
2.1.3.3 Environmental advertisement.....	20
2.1.4 Perilaku Konsumen.....	21
2.1.5 Perilaku Pembelian Konsumen.....	23
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	25
2.1.7 Hubungan <i>Green Marketing Tools</i> dengan Perilaku Pembelian Konsumen.....	26
2.1.8 Hubungan <i>Eco-label</i> dengan Perilaku Pembelian Konsumen.....	26
2.1.9 Hubungan <i>Eco-brand</i> dengan Perilaku Pembelian Konsumen.....	27
2.1.10 Hubungan <i>Environmental Advertisement</i> dengan Perilaku Pembelian Konsumen.....	27
2.2 Penelitian Terdahulu.....	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	31
2.4 Hipotesis Penelitian.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Karakteristik Penelitian.....	35
3.2 Alat Pengumpulan Data.....	36
3.2.1 Variabel Operasional.....	36
3.2.2 Skala Pengukuran.....	40

3.3 Tahapan Pelaksanaan penelitian.....	41
3.4 Populasi dan Sampel	42
3.4.1 Populasi.....	42
3.4.2 Sampel	42
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	43
3.5.1 Sumber Primer	43
3.5.2 Sumber Sekunder	44
3.6 Validitas dan Reliabilitas.....	44
3.6.1 Uji Validitas	44
3.6.2 Uji Reliabilitas	47
3.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	49
3.7.1 Analisis Deskriptif	49
3.7.2 Method of Succesive Interval (MSI)	51
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda	51
3.7.4. Uji Asumsi Klasik.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Karakteristik Responden	55
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	58
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	59
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Membeli Produk.....	60

4.2 Analisis Deskriptif.....	61
4.2.1 Tanggapan Responden Terhadap <i>Eco-Label</i>	61
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap <i>Eco Brand</i>	63
4.2.3 Tanggapan Responden Terhadap <i>Environmental Advertisement</i>	65
4.2.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Perilaku Pembelian Konsumen</i>	67
4.3 Hasil Penelitian Regresi Linier Berganda	69
4.3.1 Uji Asumsi Klasik.....	69
4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda	74
4.3.3 Uji Model (Koefisien Determinasi)	75
4.3.4 Pengujian Hipotesis	76
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	83
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Saran.....	84
5.2.1 Aspek Teoritis.....	84
5.2.2 Aspek Praktis	84
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN I.....	92
LAMPIRAN II	96
LAMPIRAN III	99
LAMPIRAN IV	110