

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</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>	
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.2 Latar Belakang .....	2
1.3 Rumusan Masalah .....	13
1.4 Pertanyaan Penelitian .....	13
1.5 Tujuan Penelitian .....	14
1.6 Manfaat Penelitian .....	15
1.7 Ruang Lingkup Penelitian .....	15
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir .....	15
<b>BAB II     TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Teori-teori Terkait Penelitian .....	17
2.1.1 Marketing .....	17
2.1.2 <i>Green Marketing</i> .....	18
2.1.3 <i>Green Marketing Tools</i> .....	18
2.1.4 <i>Consumer Behavior</i> .....	20
2.1.5 <i>Buying Decision</i> .....	21
2.1.6 Perilaku Pembelian Konsumen .....	22
2.2 Penelitian Terdahulu .....	24
2.3 Kerangka Pemikiran .....	28
2.4 Hipotesis Penelitian .....	30
<b>BAB III    METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Karakteristik Penelitian .....	31
3.2 Alat Pengumpulan Data .....	32
3.3 Tahap Penelitian .....	35
3.4 Populasi dan Sampel .....	36

3.4.1	Populasi Penelitian .....	36
3.4.2	Sampel Penelitian .....	36
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data .....	38
3.6	Validitas dan Reliabilitas .....	38
3.6.1	Uji Validitas .....	38
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	41
3.7	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	42
3.7.1	Teknik Deskriptif .....	42
3.7.2	<i>Metode of Succesive Interval (MSI)</i> .....	44
3.7.3	Uji Asumsi Klasik .....	46
3.7.4	Analisis Regresi Linear Berganda .....	46
3.7.5	Uji Model (Koefisien Determinasi) .....	47
3.7.6	Pengujian Hipotesis .....	47

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN PEMBAHASAN**

4.1	Karakteristik Responden .....	50
4.1.1	Karakteristik responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia...	51
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	52
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan .....	53
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	54
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Yang Dibeli .....	55
4.1.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Membeli Produk .....	56
4.2	Analisis Deskriptif .....	57
4.2.1	Tanggapan Responden Terhadap <i>Eco Lable</i> .	57
4.2.2	Tanggapan Responden Terhadap <i>Eco Brand</i>	59
4.2.3	Tanggapan Responden Terhadap <i>Environmental Advertising</i> .....	60
4.2.4	Tanggapan Responden Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen .....	62
4.3	Hasil Penelitian Regresi Linear Berganda .....	63
4.3.1	Uji Asumsi Klasik .....	64
4.3.2	Analisis Regresi Linear Berganda .....	67
4.3.3	Uji Model Koefisien Deteminasi .....	68

4.3.4 Pengujian Hipotesis .....	69
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian .....	72
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	76
5.2 Saran .....	77
5.2.1 Saran Bagi Retailer .....	77
5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya .....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN 1.....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN 2.....</b>	<b>86</b>
<b>LAMPIRAN 3 .....</b>	<b>88</b>
<b>LAMPIRAN 4 .....</b>	<b>89</b>
<b>LAMPIRAN 5.....</b>	<b>105</b>