

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK.....	v
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1    Gambar Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1    Sejarah PT. INDOLAKTO .....	1
1.1.2    Visi dan Misi.....	1
1.1.3    Tujuan PT.Indolakto .....	1
1.1.4    Logo Indomilk, PT. Indolakto.....	2
1.1.5    Penghargaan Yang Diraih Perusahaan .....	2
1.1.6    Produk Indomilk, PT.INDOLAKTO .....	3
1.2    Latar Belakang Penelitian .....	6
1.3    Identifikasi Masalah.....	13
1.4    Tujuan Penelitian .....	13
1.5    Kegunaan Penelitian .....	13
1.6    Sistematika Penulisan .....	14
BAB II.....	15
TINJAUAN PUSTAKA .....	15
2.1    Tinjauan Pustaka Penelitian .....	15
2.1.1    Manajemen Pemasaran .....	15
2.1.2    Green Marketing .....	16
2.1.3    Keputusan Pembelian.....	18
2.2    Hubungan Antar Variabel .....	22
2.3    Penelitian Terdahulu .....	24
2.4    Kerangka Pemikiran.....	30

2.5	Hipotesis Penelitian .....	31
2.6	Ruang Lingkup Penelitian.....	31
BAB III .....		32
METODE PENELITIAN.....		32
3.1	Jenis Penelitian.....	32
3.2	Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	32
3.2.1	Operasionalisasi Variabel .....	32
3.2.2	Skala Pengukuran.....	36
3.3	Tahapan Penelitian.....	37
3.4	Populasi dan Sampel .....	38
3.4.1	Populasi.....	38
3.4.2	Sampel.....	39
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	41
3.6.1	Uji Validitas .....	41
3.6.2	Reliabilitas .....	43
3.7	Teknik Analisis Data.....	44
3.7.1	Analisis Deskriptif .....	44
3.7.2	<i>Method Of Succesive Interval</i> (MSI) .....	46
3.7.3	Uji Asumsi Klasik.....	47
3.7.4	Analisis Regresi Linear Sederhana .....	48
3.7.5	Uji Hipotesis (Uji t).....	48
3.7.6	Koefisien Determinasi $R^2$ .....	49
BAB IV .....		50
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		50
4.1	Pengumpulan Data .....	50
4.2	Karakteristik Responden .....	51
4.2.1	Jenis Kelamin .....	51
4.2.2	Usia .....	52
4.2.3	Pendapatan Per Bulan .....	53
4.3	Hasil Penelitian .....	53
4.3.1	Analisis Deskriptif .....	53

4.3.1.1	Tanggapan Responden Terkait Dimensi <i>Green Marketing</i> (X).....	54
4.3.1.2	Tanggapan Responden Terkait Dimensi Keputusan Pembelian (Y).....	62
4.3.2	<i>Method Of Successive Interval</i> (MSI).....	70
4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	71
4.3.4	Analisis Regresi Linear Sederhana .....	74
4.3.5	Uji Hipotesis (Uji t).....	76
4.3.6	Koefisien Determinasi $R^2$ .....	76
4.4	Pembahasan Dan Hasil Analisis Deskriptif .....	77
4.4.1	Pembahasan Analisis Deskriptif Pada Variabel <i>Green Marketing</i> (X).....	77
4.4.2	Pembahasan Analisis Deskriptif Pada Keputusan Pembelian (Y) .....	77
4.4.3	Pembahasan Analisis Hubungan Antara <i>Green Marketing</i> (X) Dan Keputusan Pembelian (Y).....	78
BAB V	.....	79
KESIMPULAN DAN SARAN	.....	79
5.1	Kesimpulan .....	79
5.2	Saran .....	79
5.2.1	Saran Bagi Generasi Millenial .....	79
5.2.2	Saran Bagi Perusahaan/Objek.....	80
DAFTAR PUSTAKA	.....	81
LAMPIRAN	.....	85