

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	1
1.1.2 Visi dan Misi.....	1
1.1.3 Logo Perusahaan	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Rumusan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.6 Sistematika Penulisan	12
BAB II.....	14
TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	14
2.1 Pemasaran	14
2.1.1 Definisi Pemasaran.....	14
2.2. Green Marketing.....	14
2.3. Green Brand	15
2.4. Green brand knowledge	16
2.4.1. Pengertian Green Brand Knowledge	16

2.4.2. Dimensi Green Brand Knowledge	17
2.5. Attitude Toward Green Brand	18
2.5.1. Dimensi Attitude Toward Green Brand.....	18
2.6 Green purchase intention.....	19
2.6.1 Dimensi Green Purchase Intention.....	19
2.7 Hubungan Antar variabel	20
2.7.1 Hubungan antara Green Brand Knowledge dengan Attitude Toward Green Brand	20
2.7.2 Hubungan antara Attitude Toward Green Brand dengan Green Purchase Intention.....	20
2.7.3 Hubungan Green Brand Knowledge dan Attitude Toward Green Brand terhadap Green Purchase Intention	20
2.8 Penelitian Terdahulu	22
2.9 Kerangka Pemikiran	43
2.10 Hipotesis.....	43
2.11 Ruang Lingkup Penelitian.....	44
BAB III.....	45
METODE PENELITIAN	45
3.1 Jenis Penelitian	45
3.2. Variabel Oprasional dan Skala Pengukuran.....	45
3.2.1 Variabel Oprasional.....	45
3.2.2 Skala Pengukuran.....	49
3.3 Tahapan Penelitian.....	50
3.4 Populasi dan Sampel	50
3.4.1 Populasi	50
3.4.2 Sampel	50
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.6 Uji Validitas dan Realiabilitas.....	52
3.6.1 Uji Validitas	52
3.6.2 Uji Reliabilitas	54
3.7 Teknik Analisis Data	55

3.7.1 Analisis Deskriptif.....	55
3.7.2 Metode Of Successive Interval (MSI)	56
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	57
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda	58
3.8 Pengujian Hipotesis	59
3.8.1 Uji-t Parsial	59
3.8.2 Uji F.....	59
3.8.3 Koefisiensi Determinasi	59
BAB IV.....	61
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Karakteristik Responden	61
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin	61
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	62
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status	62
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran/Pembelian Per-Bulan.....	63
4.2 Hasil Penelitian.....	64
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	64
4.2.2 Transformasi Data Ordinal Menjadi Interval.....	74
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	75
4.2.4 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	78
4.2.5 Uji Hipotesis	79
4.3 Analisis Hasil Dan Pembahasan	84
BAB V	88
KESIMPULAN DAN SARAN	88
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran	89
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.	89
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	94