

## DAFTAR ISI

|                                                                           |      |
|---------------------------------------------------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL.....                                                        | i    |
| LEMBAR PENGESAHAN .....                                                   | ii   |
| HALAMAN PERNYATAAN .....                                                  | iii  |
| ABSTRAK.....                                                              | iv   |
| <i>ABSTRACT</i> .....                                                     | v    |
| KATA PENGANTAR .....                                                      | vii  |
| DAFTAR ISI.....                                                           | viii |
| DAFTAR TABEL.....                                                         | xi   |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                                                      | xii  |
| BAB I PENDAHULUAN                                                         |      |
| 1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....                                 | 1    |
| 1.2. Latar Belakang Penelitian .....                                      | 2    |
| 1.3. Perumusan Masalah.....                                               | 11   |
| 1.4. Tujuan Penelitian.....                                               | 12   |
| 1.5. Manfaat Penelitian.....                                              | 12   |
| 1.5.1. Secara Teoritis .....                                              | 12   |
| 1.5.2. Secara Praktis .....                                               | 13   |
| 1.6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....                               | 13   |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA                                                   |      |
| 2.1. Konsep Manajemen Pemasaran .....                                     | 15   |
| 2.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....                                | 15   |
| 2.2. Konsep <i>Green Marketing</i> .....                                  | 16   |
| 2.2.1. Pengertian <i>Green Marketing</i> .....                            | 16   |
| 2.2.2. Unsur-unsur <i>Green Marketing</i> .....                           | 17   |
| 2.3. Konsep <i>Brand Awareness</i> .....                                  | 21   |
| 2.3.1. Pengertian <i>Brand Awareness</i> .....                            | 21   |
| 2.4. Konsep Keputusan Pembelian.....                                      | 22   |
| 2.4.1. Pengertian Keputusan Pembelian .....                               | 22   |
| 2.4.2. Pihak-pihak terlibat dalam proses Keputusan Pembelian .....        | 23   |
| 2.4.3. Proses Keputusan Pembelian.....                                    | 24   |
| 2.5. Hubungan Antar Variabel .....                                        | 27   |
| 2.5.1. Hubungan <i>Green Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian ..... | 27   |
| 2.5.2. Hubungan <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian ..... | 28   |
| 2.6. Penelitian Terdahulu .....                                           | 28   |
| 2.7. Kerangka Pemikiran.....                                              | 33   |
|                                                                           | viii |

|                                                                            |    |
|----------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.8. Hipotesis Penelitian.....                                             | 34 |
| BAB III METODE PENELITIAN                                                  |    |
| 3.1. Pendekatan Penelitian .....                                           | 36 |
| 3.2. Definisi Operasional Variabel .....                                   | 37 |
| 3.3. Populasi dan Sampel .....                                             | 41 |
| 3.3.1. Populasi .....                                                      | 41 |
| 3.3.2. Sampel .....                                                        | 42 |
| 3.4. Jenis dan Sumber Data .....                                           | 44 |
| 3.4.1. Jenis Data.....                                                     | 44 |
| 3.4.2. Sumber Data .....                                                   | 44 |
| 3.5. Metode Pengumpulan Data .....                                         | 44 |
| 3.6. Skala Pengukuran.....                                                 | 45 |
| 3.7. Uji Validitas dan Reliabilitas .....                                  | 46 |
| 3.7.1. Uji Validitas.....                                                  | 46 |
| 3.7.2. Uji Reliabilitas.....                                               | 46 |
| 3.8. Teknik Analisis Data .....                                            | 47 |
| 3.8.1. Uji Asumsi Klasik .....                                             | 47 |
| 3.8.2. Analisis Regresi Linear Berganda .....                              | 49 |
| 3.8.3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....                               | 50 |
| 3.8.4. Uji Hipotesis Penelitian.....                                       | 50 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN                                     |    |
| 4.1. Hasil Penelitian .....                                                | 52 |
| 4.2. Karakteristik Responden .....                                         | 52 |
| 4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....             | 52 |
| 4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....                      | 53 |
| 4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas .....                                  | 54 |
| 4.3.1. Uji Validitas .....                                                 | 54 |
| 4.3.2. Uji Reliabilitas.....                                               | 55 |
| 4.4. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....                          | 56 |
| 4.4.1. Deskripsi Variabel Penelitian .....                                 | 56 |
| 4.5. Hasil Analisis Regresi .....                                          | 58 |
| 4.5.1. Uji Asumsi Klasik .....                                             | 58 |
| 4.5.2. Regresi Linear Berganda .....                                       | 61 |
| 4.6. Hasil Pengujian Hipotesis .....                                       | 63 |
| 4.6.1. Uji Secara Simultan ( Uji F) .....                                  | 64 |
| 4.6.2. Uji Parsial (Uji t) .....                                           | 65 |
| 4.6.3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....                                | 66 |
| 4.7. Pembahasan.....                                                       | 66 |
| 4.7.1. Pengaruh <i>Green Marketing</i> dan <i>Brand Awareness</i> Terhadap |    |

|                                                                           |    |
|---------------------------------------------------------------------------|----|
| Keputusan Pembelian .....                                                 | 67 |
| 4.7.2. Pengaruh <i>Green Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian ..... | 68 |
| 4.7.3. Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian ..... | 69 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN                                                |    |
| 5.1. Kesimpulan.....                                                      | 71 |
| 5.2. Saran.....                                                           | 72 |
| DAFTAR PUSTAKA                                                            |    |
| LAMPIRAN                                                                  |    |