

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 GAMBARAN UMUM OBJEK OBSERVASI.....	1
1.1.1 Sejarah PT. Danone Aqua.....	1
1.1.2 Sejarah PT. Akasha Wira International Tbk. (Ades)	2
1.2 LATAR BELAKANG OBJEK OBSERVASI.....	3
1.3 PERUMUSAN MASALAH	5
1.4 TUJUAN OBSERVASI.....	5
1.5 KEGUNAAN OBSERVASI.....	5
1.6 SISTEMATIKA PENULISAN LAPORAN TUGAS AKHIR	6
BAB II RELEVANSI TEORI DAN PEMBAHASAN	7
2.1 TINJAUAN TEORI	7
2.1.1 Pemasaran	7
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	7
2.1.3 Konsep <i>Green Marketing</i>	8
2.1.4 Faktor-faktor penting dalam <i>Green Marketing</i>	9
2.1.5 <i>Green Consumer</i>	11
2.1.6 Perilaku Konsumen	12
2.1.7 Keputusan Pembelian.....	13
2.1.8 Hubungan <i>Green Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	14
2.1.9 Kerangka Pemikiran.....	14
2.2 PENELITIAN TERDAHULU	15
2.3 Metode Penelitian.....	18

2.3.1	Jenis Penelitian	18
2.3.2	Variabel Penelitian	18
2.3.3	Jenis Data	19
2.3.4	Teknik Pengumpulan Data	19
2.3.5	Teknik Pengolah Data	20
2.3.6	Populasi dan Sampel	20
2.3.7	Operasional Variabel.....	23
2.3.8	Skala Pengukuran.....	27
2.3.9	Uji Reabilitas dan Validitas	28
2.3.10	Alat Analisis.....	31
2.4	PEMBAHASAN	33
2.4.1	Deskripsi Responden.....	33
2.4.2	Analisis Reliabilitas dan Validitas	35
2.4.3	Persepsi (Tanggapan) Responden Mengenai <i>Green Marketing</i> Aqua	42
2.4.4	Persepsi (Tanggapan) Respoden mengenai Keputusan Pembelian pada Produk Aqua	46
2.4.5	Persepsi (Tanggapan) Responden Mengenai <i>Green Marketing</i> Ades.....	49
2.4.6	Persepsi (Tanggapan) Respoden mengenai Keputusan Pembelaaian pada Produk Ades	53
2.4.7	Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	56
	BAB III KESIMPULAN DAN SARAN	60
3.1	KESIMPULAN	60
3.2	SARAN	62
	DAFTAR PUSTAKA	63
	LAMPIRAN	