

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Gambaran Umum PT. Panasonic Gobel Indonesia.....	1
1.2 Latar Belakang.....	2
1.3 Perumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Kegunaan Penelitian.....	9
1.6 Sistematikan Penulisan Tugas Akhir.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	
2.1 Green Marketing Management.....	11
2.1.1 Green Marketing Action.....	12
2.1.2 Communicating Value via Integrated Marketing Programs.....	13
2.2 Certification Labelling.....	14
2.2.1 Ecolabelling.....	14
2.3 Sikap Konsumen.....	15
2.4 Perilaku Konsumen.....	16
2.5 Proses Keputusan Pembelian.....	16
2.6 Niat Pembelian.....	19
2.7 Penelitian Terdahulu.....	20
2.8 Kerangka Pemikiran.....	28
2.9 Hipotesis.....	31
2.10 Ruang Lingkup Penelitian.....	31
2.10.1 Variabel Penelitian.....	31
2.10.2 Lokasi dan Objek Penelitian.....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	32
3.2 Variabel Operasional.....	32
3.2.1 Variabel.....	32
3.2.2 Skala Pengukuran.....	35

3.3 Tahapan Penelitian.....	36
3.4 Populasi dan Sampel.....	37
3.4.1 Populasi.....	37
3.4.2 Sampel.....	37
3.4.3 Teknik Sampling.....	38
3.5 Sumber dan Pengumpulan Data.....	39
3.5.1 Sumber Data.....	39
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	40
3.6.1. Uji Validitas.....	40
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	42
3.7 Teknik Analisis Data.....	43
3.7.1 Method of Successive (MSI).....	43
3.7.2 Analisis Deskriptif.....	44
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	45
3.7.4 Analisis Regresi Berganda.....	46
3.7.5 Koefisien Determinasi.....	47
3.8 Pengujian Hipotesis.....	48
3.8.1 Pengujian Hipotesis Simultan.....	49
3.8.2 Pengujian Hipotesis Parsial.....	49

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden.....	51
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	53
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	53
4.2 Hasil Penelitian.....	54
4.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Kognitif (X_1).....	54
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Afektif (X_2).....	56
4.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Konatif (X_3).....	57
4.2.4 Tanggapan Responden Terhadap Niat Pembelian (Y).....	59
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	60
4.3.1 Uji Asumsi Klasik.....	60
A. Uji Normalitas.....	60
B. Uji Linearitas.....	61
C. Uji Multikorelasi.....	62

D. Uji Heterokedasitas.....	63
4.3.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	63
A. Koefisien Determinasi.....	65
4.3.3 Pengujian Hipotesis.....	66
A. Pengujian Hipotesis Secara Simultan.....	66
B. Pengujian Hipotesis Secara Parsial.....	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Saran.....	70
5.2.1 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	70
5.2.2 Saran Untuk Perusahaan.....	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	75

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 The New Green Marketing Paradigm.....	11
Tabel 2.2 Decisions Making Process.....	17
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu Skripsi/Tesis.....	21
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu Jurnal Nasional.....	24
Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu Jurnal Internasional.....	26
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	33
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Sikap atas Ecolabelling.....	41
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Niat Pembelian.....	41
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Sikap atas Ecolabelling.....	42
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Niat Pembelian.....	43
Tabel 3.6 Klasifikasi kriteria Penilaian Presentase.....	45
Tabel 4.1 Tanggapan Responden Terhadap Kognitif.....	54
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Terhadap Afektif.....	56
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Konatif.....	57
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Kognitif, Afektif, Konatif.....	58
Tabel.4.5 Tanggapan Responden Terhadap Niat Pembelian.....	59
Tabel 4.6 Hasil Uji Lineritas.....	62
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikorelasi.....	62
Tabel 4.8.Hasil Regresi Linear Berganda (ANOVA).....	64
Tabel 4.9 Hasil Perhitungan Regresi Linear.....	64
Tabel 4.10 Hasil Uji R.....	65
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	66
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T).....	67
Tabel 4.13 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Panasonic.....	1
Gambar 1.2 Gambar AC Panasonic.....	1
Gambar 1.3 Logo Eco Ideas.....	2
Gambar 1.4 Kategori Top of Mind.....	5
Gambar 1.5 Kategori Future Intention.....	7
Gambar 2.1 Factors Surrounding Marketing Action.....	13
Gambar 2.2 Model Pengambilan Keputusan Konsumen.....	18
Gambar 2.3 Theory of Planned Behavior Diagram.....	20
Gambar 2.4 Kerangka Teori Pengaruh Sikap Atas Ecolabelling Terhadap Niat Pembelian.....	30
Gambar 2.5 Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 3.1 Tahap Penelitian.....	37
Gambar 3.2 Garis Kontinum.....	45
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	52
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	52
Gambar 4.5 Persentase Sub-Variabel Kognitif Dalam Garis Kontinum.....	55
Gambar 4.6 Persentase Sub-Variabel Afektif Dalam Garis Kontinum.....	56
Gambar 4.7 Persentase Sub-Variabel Konatif Dalam Garis Kontinum.....	57
Gambar 4.8 Persentase Sub-Variabel Kognitif, Afektif, Konatif Dalam Garis Kontinum.....	58
Gambar 4.9 Persentase Variabel Niat Pembelian Dalam Garis Kontinum.....	60
Gambar 4.10 Hasil Uji Normalitas.....	61
Gambar 4.11 Hasil Uji Heterokedasitas.....	63

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Skripsi yang berjudul “PENGARUH SIKAP ATAS ECOLABELLING TERHADAP NIAT PEMBELIAN AIR CONDITIONER (AC) INVERTER PANASONIC DI DKI JAKARTA TAHUN 2014” ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Bisnis di Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika.

Dalam penyusunannya, penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis sampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini maupun selama menempuh pendidikan sarjana di Universitas Telkom antara lain:

1. Ibu Heppy Milanyanni, S.Sos., MM dan Damayanti Ocatvia, SE., MM selaku dosen pembimbing. Terimakasih atas ilmu dan bimbingan yang telah diberikan dalam proses pengerjaan skripsi ini.
2. Bapak Osa Omar, S.Si., MSM dan Bapak Fajar Siddiq Ari Prabowo, MBA selaku dosen penguji proposal skripsi dan penguji sidang skripsi yang telah memberikan penilaian dan banyak masukan demi kesempurnaan skripsi ini.
3. Seluruh dosen di Telkom University Fakultas Ekonomis dan Bisnis dan seluruh staf yang telah memberikan arahan, pengarahan, pengetahuan dan ilmu kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Kedua orangtuaku tercinta Bapak J.Tampubolon dan Ibu R Sianturi, terimakasih atas segala kasih sayang, dukungan, dan doa yang selalu diberikan selama ini dan mengiringi perjalanan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ketiga Saudaraku, kakak Eva Tampubolon SE, kakak Berliana Tampubolon SMB, dan adik Samuel Tampubolon.
6. Patricia, Sari, Rina, Bernadetta, Lisa, Maudy, Danur, Galuh, Alvin, Alfiah, Dendy, Rio dan Yuanita. Terimakasih atas segala doa, bantuan, dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis.
7. Kelas apresiasi MBTI E 2010. Terima kasih telah memberi warna untuk 4 tahun yang menyenangkan. Semoga kita semua menjadi orang sukses kelak.
8. Telkom University Choir. Terimakasih telah memberikan banyak ilmu, pengalaman luar biasa dan bisa bersama-sama membanggakan nama kampus dan Indonesia. Semoga menjadi paduan suara pencetak prestasi yang membanggakan.

9. Seluruh teman-taman di FEB yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terimakasih untuk semua ilmu, bantuan, dan motivasi yang telah diberikan kepada penulis.

Masih banyaknya kekurangan dalam penyusunan skripsi ini membuat penulis dengan hati terbuka menerima segala bentuk pesan dan saran yang konstruktif agar bisa memberikan pembelajaran kepada penulis dan juga pihak-pihak yang akan menggunakan laporan Tugas Akhir ini sebagai referensi.

Terima kasih atas perhatiannya, semoga Skripsi ini bisa memberikan manfaat kepada siapa saja yang membacanya, terlebih kepada penulis sendiri.

Bandung, Oktober 2014

Elsa Olivia Paulina Tampubolon

1201100126