

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI .....	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
ABSTRACT .....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	13
1.4 Manfaat Penelitian .....	14
1.5 Sistematika Penelitian .....	14
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	16
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 Perilaku Konsumen .....	16
2.1.1.1 Branding .....	17
2.1.1.2 Brand Image .....	18
2.1.2 Social Influence .....	20
2.1.3 Green Awareness .....	23
2.1.4 Keputusan Pembelian .....	29
2.2 Penelitian Terdahulu .....	33
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	37

2.4 Kerangka Penelitian .....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
3.1 Variabel Penelitian .....	41
3.2 Definisi Operasional .....	42
3.3 Pupulasi dan Sampel.....	45
3.3.1 Populasi.....	45
3.3.2 Sampel .....	46
3.4 Jenis dan Sumber Data .....	46
3.4.1 Data Primer .....	46
3.4.2 Data Sekunder .....	46
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	47
3.5.1 Kuesioner .....	47
3.6 Metode Analisis Data .....	48
3.7 Pengujian Hipotesis .....	48
3.7.1 Uji Validitas .....	48
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	49
3.7.3 Uji Asumsi Klasik .....	49
3.7.3.1 Uji Normalitas .....	49
3.7.3.2 Uji Multikolinearitas .....	50
3.7.3.3 Uji Heterokedastisitas .....	50
3.7.4 Uji Analisis Deskripsi .....	51
3.7.5 Uji Analisis Regresi Berganda .....	52
3.7.6 Uji Kelayakan Model .....	52
3.7.6.1 Uji Koefisiensi Determinasi .....	52

3.7.6.2 Uji Statistik f .....	53
3.7.6.3 Uji Statistik t .....	53
<b>BAB IV HASIL DAN ANALISIS .....</b>	<b>54</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	54
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	54
4.1.2 Gambaran Umum Responden .....	54
4.1.2.1 Responden Berdsarkan Jenis Kelamin .....	54
4.1.2.2 Responden Berdasarkan Usia .....	55
4.1.2.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	56
4.1.2.4 Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan .....	57
4.2 Analisis Data .....	58
4.2.1 Uji Instrumen Penelitian .....	58
4.2.1.1 Uji Validitas .....	58
4.2.1.2 Uji Realibilitas .....	59
4.2.2 Uji Asumsi Klasik .....	60
4.2.2.1 Uji Normalitas .....	60
4.2.2.2 Uji Multikolinearitas .....	61
4.2.2.3 Uji Heterokedastisitas .....	63
4.2.3 Uji Analisis Deskripsi .....	63
4.2.3.1 Uji Analisis Deskripsi Brand Image .....	63
4.2.3.2 Uji Analisis Deskripsi Social Influence .....	64
4.2.3.3 Uji Analisis Deskripsi Green Awareness.....	65
4.2.3.4 Uji Analisis Deskripsi Purchase Decision .....	66
4.2.4 Uji Analisis Regresi Berganda .....	67
4.2.5 Uji Kelayakan Model .....	68

4.2.5.1 Uji Koefisien Determinasi .....	68
4.2.5.2 Uji Statistik F .....	69
4.2.5.3 Uji Statistik t .....	70
4.3 Interpretasi Hasil .....	71
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>74</b>
5.1 Simpulan .....	74
5.2 Implikasi Teori .....	74
5.3 Implikasi Kebijakan .....	75
5.4 Keterbatasan Penelitian .....	77
5.5 Agenda Penelitian Mendatang .....	77
Daftar Pustaka .....	79
Lampiran .....	81