

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1. 1 Latar Belakang	1
1. 2 Rumusan Masalah.....	10
1. 3 Tujuan Penelitian	11
1. 4 Kegunaan Penelitian	12
1. 5 Sistematika Penulisan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	1
2.1 Landasan Teori.....	1
2.1.1 <i>Green Product</i>	1
2.1.2 <i>Green Price</i>	19
2.1.3 <i>Green Promotion</i>	21
2.1.4 <i>Green Place</i>	25
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	28
2.2 Pengaruh Hubungan antar Variabel yang Diteliti	33
2.2.1 Pengaruh antar <i>Green Product</i> dan Keputusan Pembelian	33
2.2.2 Pengaruh <i>Green Price</i> terhadap Keputusan Pembelian	34
2.2.3 Pengaruh antar <i>Green Promotion</i> dan Keputusan Pembelian	35
2.2.4 Pengaruh antar <i>Green Place</i> dan Keputusan Pembelian	37

2.3 Penelitian Terdahulu	38
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	41
2.5 Hipotesis	41
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	42
3.1.1 Variabel Penelitian	42
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	42
3.2 Populasi dan Sampel	45
3.3 Jenis dan Sumber Data	46
3.4 Metode Pengumpulan Data	47
3.5 Metode Analisis Data.....	48
3.5.1 Uji Instrumen Data.....	48
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	49
3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	55
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	55
4.1.2 Gambaran Umum Responden	56
4.1.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.1.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	58
4.1.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
4.1.2.4 Deskripsi Responden berdasarkan Rata-rata Pengeluaran Perbulan	60
4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	61
4.2 Analisis Data	72
4.2.1 Uji Instrumen Penelitian	72
4.2.1.1 Uji Validitas	72
4.2.1.2 Uji Reliabilitas	74
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	75
4.2.2.1 Uji Normalitas	75
4.2.2.2 Uji Multikolinieritas.....	76
4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	77

4.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	80
4.2.4 Uji Kelayakan Model.....	82
4.2.4.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	82
4.2.4.2 Uji F.....	82
4.2.4.3 Uji T.....	83
4.3 Pembahasan.....	85
4.3.1 H_1 : <i>Green Product</i> berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian air minum dalam kemasan ADES di Semarang.....	86
4.3.2 H_2 : <i>Green Price</i> berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian air minum dalam kemasan ADES di Semarang.....	87
4.3.3 H_3 : <i>Green Promotion</i> berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian air minum dalam kemasan ADES di Semarang.....	88
4.3.4 H_4 : <i>Green Place</i> berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian air minum dalam kemasan ADES.....	89
BAB V PENUTUP.....	90
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Implikasi Teoritis.....	91
5.3 Implikasi Manajerial.....	92
5.5 Saran bagi Penelitian yang Akan Datang.....	96
DAFTAR PUSTAKA.....	97