

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINILATIAS SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	13
1.4 Sistematika Penulisan	14
BAB II TELAAH PUSTAKA	16
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu	16
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	16
2.1.2 Keputusan Pembelian	17
2.1.3 <i>Green Product</i>	19
2.1.4 <i>Green Price</i>	21
2.1.5 <i>Green Promotion</i>	22
2.1.5 <i>Consumers' Environmental Awareness</i>	24
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	25
2.3.1 Pengaruh <i>Green Product</i> dengan Keputusan Pembelian.....	25
2.3.2 Pengaruh <i>Green Price</i> dengan Keputusan Pembelian	26
2.3.3 Pengaruh <i>Green Promotion</i> dengan Keputusan Pembelian.....	27
2.3.4 Pengaruh <i>Consumers' Environmental Awareness</i> dengan Keputusan Pembelian.....	28

2.3 Penelitian Terdahulu.....	29
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	31
2.5 Hipotesis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	33
3.1.1 Variabel Penelitian.....	33
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	34
3.2 Populasi dan Sampel.....	36
3.2.1 Populasi.....	36
3.2.2 Sampel	36
3.3 Jenis dan Sumber Data	38
3.4 Metode Pengumpulan Data	38
3.5 Metode Analisis.....	39
3.5.1 Analisis Deskriptif	39
3.5.2 Uji Instrumen Pengumpulan Data.....	39
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	40
3.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda	43
3.5.5 Uji Hipotesis	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian	47
4.1.1 Deskripsi Perusahaan.....	47
4.2 Gambaran Umum / Deskripsi Responden	50
4.2.1 Responden berdasarkan Usia	50
4.2.2 Responden berdasarkan Pekerjaan.....	51
4.2.3 Responden berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	52
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	53
4.3.1 Tanggapan Responden terhadap Variabel Keputusan Pembelian	56
4.3.2 Tanggapan Responden terhadap Variabel Green Product	58
4.3.3 Tanggapan Responden terhadap Variabel Green Price	60
4.3.4 Tanggapan Responden terhadap Variabel Green Promotion.....	62
4.3.5 Tanggapan Responden terhadap Variabel Consumers' Environmental Awareness.....	64

4.4 Uji Instrumen Pengumpulan Data	66
4.4.1 Uji Validitas	66
4.4.2 Uji Reliabilitas	67
4.5 Uji Asumsi Klasik	68
4.5.1 Uji Normalitas.....	68
4.5.2 Uji Multikolinearitas.....	70
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	71
4.6 Analisis Regresi Linier Berganda.....	72
4.7 Uji Hipotesis.....	74
4.7.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	74
4.7.2 Uji Statistik F (Uji F).....	75
4.7.3 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t).....	76
4.8 Pembahasan	78
4.8.1 Pengaruh <i>Green Product</i> terhadap Keputusan Pembelian (H1)	78
4.8.2 Pengaruh Green Price terhadap Keputusan Pembelian (H2).....	79
4.8.3 Pengaruh Green Promotion terhadap Keputusan Pembelian (H3)	79
4.8.4 Pengaruh Consumers' Environmental Awareness terhadap Keputusan Pembelian (H4).....	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Implikasi Teoritis.....	81
5.4 Implikasi Manajerial.....	84
5.5 Keterbatasan Penelitian	85
5.6 Agenda Penelitian yang Akan Datang.....	86
DAFTAR PUSTAKA	88