

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
RIWAYAT HIDUP	v
PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan masalah	8
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.6 Sistematika Penulisan	10

BAB II. LANDASAN TEORI

2.1 Keputusan Pembelian.....	12
2.2 <i>Green Marketing</i>	19
2.2.1 <i>Eco Label</i>	22
2.2.2 <i>Green Advertising</i>	23
2.2.3 <i>Green Packaging</i>	25
2.2.4 <i>Green Product value</i>	26
2.3 Penelitian Terdahulu	28
2.4 Kerangka Pemikiran	29
2.5 Hipotesis Penelitian	32

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian.....	35
3.2	Sumber Data.....	35
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	36
3.4	Populasi dan Sampel.....	37
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	38
3.6	Uji Persyaratan Intrumen.....	42
3.7	Uji Persyaratan Analisis Data.....	44
3.8	Analisis Regresi Berganda.....	46
3.9	Pengujian Hipotesis.....	46

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Deskripsi Data.....	49
4.1.1	Deskripsi Karakter Responden.....	49
4.1.2	Deskripsi Jawaban Responden.....	52
4.2	Hasil Uji Persyaratan Intrumen.....	57
4.2.1	Uji Validitas.....	57
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	58
4.3	Hasil Uji Persyaratan Analisis Data.....	59
4.3.1	Hasil Uji Normalitas.....	59
4.3.2	Hasil Uji Linieritas.....	59
4.3.3	Hasil Uji Multikolenieritas.....	60
4.3.4	Hasil Uji Homogenitas.....	61
4.4	Analisis Regresi Berganda.....	62
4.4.1	Hasil Uji hipotesis (uji t).....	63
4.4.2	Hasil Uji F.....	66
4.5	Pembahasan.....	67
4.5.1	<i>Eco Label</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	67
4.5.2	<i>Green Advertising</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	68
4.5.3	<i>Green Packaging</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	69
4.5.4	<i>Green Product Value</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	69

BAB V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Simpulan.....	71
5.2	Saran.....	72

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN