

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Kegunaan Penelitian .....	9
1.5.1 Kegunaan Teoritis .....	9
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	9
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN.....	11
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian .....	11
2.1.1 Pemasaran.....	11
2.1.2 Bauran Pemasaran .....	11
2.1.3 Konsep <i>Green Marketing</i> .....	13
2.1.4 <i>Green Marketing Mix</i> .....	14
2.1.5 <i>Green Consumer</i> .....	15
2.1.6 Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ).....	16
2.1.7 Hubungan antara <i>Green Marketing Mix</i> dengan <i>Brand Image</i> .....	17
2.2 Penelitian Terdahulu .....	19
2.2.1 Skripsi.....	19
2.2.2 Jurnal Nasional .....	20
2.2.3 Jurnal Internasional .....	21

2.3	Kerangka Pemikiran .....	23
2.4	Hipotesis Penelitian .....	24
2.5	Ruang Lingkup Penelitian .....	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....		25
3.1	Jenis Penelitian .....	25
3.2	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	26
3.2.1	Variabel Operasional .....	26
3.2.2	Skala Pengukuran .....	29
3.3	Tahapan Penelitian.....	30
3.4	Populasi dan Sampel.....	31
3.5	Pengumpulan Data.....	31
3.6	Keabsahan Data .....	32
3.6.1	Uji Normalitas .....	32
3.6.2	Metode <i>Sucessive Interval</i> (MSI) .....	33
3.6.3	Uji Validitas.....	34
3.6.4	Uji Reliabilitas.....	36
3.7	Teknik Analisis Data .....	37
3.7.1	Analisis Deskriptif dan Kausal.....	37
3.7.2	Analisis Regresi Sederhana .....	39
3.7.3	Koefisien Determinasi .....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		41
4.1	Analisis Karakter Responden.....	41
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	42
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan .....	42
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....	43
4.1.5	Cross Tabulation Karakteristik Responden .....	44
4.2	Hasil Penelitian.....	44
4.2.1	Analisis Variabel <i>Green Marketing Mix</i> .....	44
4.2.2	Analisis Variabel <i>Brand Image</i> .....	47
4.2.3	Perhitungan Analisis Regresi Linier Sederhana .....	49
4.2.4	Analisis Koefisien Korelasi .....	50
4.2.5	Analisis Koefisien Korelasi .....	50
4.2.6	Uji Hipotesis.....	51

4.3	Pembahasan Hasil Penelitian .....	52
4.3.1	<i>Green Marketing Mix</i> pada <i>The Body Shop</i> .....	52
4.3.2	<i>Brand Image</i> pada <i>The Body Shop</i> .....	52
4.3.3	Pengaruh <i>Green Marketing Mix</i> terhadap <i>Brand Image</i> pada <i>The Body Shop</i> .....	53
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN .....	54
5.1	Kesimpulan .....	54
5.2	Saran .....	55
5.2.1	Saran Untuk Perusahaan.....	55
5.2.2	Saran Untuk Peneliti Selanjutnya .....	55
	DAFTAR PUSTAKA .....	57
	LAMPIRAN.....	62

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Kegiatan <i>The Body Shop</i> untuk Mewujudkan <i>Nilai Against Animal Testing</i> .....	2
Tabel 1.2	<i>Ranking The Brands Survey</i> .....	7
Tabel 3.1	Variabel Operasional .....	28
Tabel 3.2	Pembobotan Jawaban Kuesioner .....	30
Tabel 3.3	Hasil Uji Normalitas .....	33
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas .....	36
Tabel 3.5	Hasil Uji Reliabilitas .....	37
Tabel 3.6	Persentasi Kriteria Interpretasi Skor .....	39
Tabel 4.1	Tanggapan Keseluruhan Responden Tentang <i>Green Marketing Mix</i> .....	45
Tabel 4.2	Tanggapan Keseluruhan Responden Tentang <i>Brand Image</i> .....	48
Tabel 4.3	Analisis Model Regresi Linier Sederhana .....	50
Tabel 4.4	Koefisien Korelasi .....	51
Tabel 4.5	Koefisien Determinasi .....	51
Tabel 4.6	Uji Hipotesis .....	52

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Logo The Body Shop.....	1
Gambar 1.2	Five Values The Body Shop.....	3
Gambar 2.1	Komponen 4P dari Bauran Pemasaran .....	14
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran .....	25
Gambar 3.1	Tahapan Penelitian.....	31
Gambar 3.2	Klasifikasi Kategori Penilaian Presentasi Dalam Garis Kontinum.....	40
Gambar 4.1	Jenis Kelamin Responden.....	42
Gambar 4.2	Usia Responden .....	43
Gambar 4.3	Pendapatan Responden .....	44
Gambar 4.4	Status Pekerjaan Responden .....	44
Gambar 4.5	Garis Kontinum <i>Green Marketing Mix (X)</i> .....	46
Gambar 4.6	Garis Kontinum <i>Brand Image (Y)</i> .....	49