

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Objek Peneliti.....	1
1.2. Latar Belakang.....	1
1.3. Perumusan Masalah.....	13
1.4. Pertanyaan Penelitian.....	14
1.5. Tujuan Penelitian.....	15
1.6. Manfaat Penelitian.....	16
1.6.1. Aspek Teoritis.....	16
1.6.2. Aspek Praktisi.....	17
1.7. Ruang Lingkup Penelitian.....	17
1.8. Sistematika Penulisan.....	17
BAB II.....	19
2.1. Teori Teori Terkait Penelitian.....	19
2.1.1. Marketing.....	19
2.1.2. Green Marketing.....	19
2.1.3. Green Marketing Mix.....	20

2.1.4. Branding.....	21
2.1.5. Brand Identity.....	22
2.1.6. Green Brand Image.....	23
2.1.7. Green Brand Satisfaction.....	23
2.1.8. Green Brand Trust.....	24
2.1.9. Green Brand Awareness.....	24
2.1.10. Brand Preference.....	24
2.1.11. Green Brand Preference.....	25
BAB III.....	35
METODE PENELITIAN.....	35
3.1. Karakteristik Penelitian.....	35
3.2. Alat Pengumpulan Data Menggunakan Kuesioner.....	36
3.3. Tahapan Penelitian.....	40
3.4. Populasi dan Sampel.....	40
3.4.1. Populasi.....	40
3.4.2. Sampel.....	41
3.5. Pengumpulan data dan Sumber data.....	42
3.6. Validitas dan Reabilitas.....	42
3.6.1. Uji Validitas.....	42
3.6.2. Uji Reabilitas.....	44
3.7. Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	46
3.7.1. Teknik Deskriptif.....	46
3.7.2. Method of Succesive Interval (MSI)	49
3.7.3. Uji Asumsi Klasik.....	49
3.7.4. Analisa Regresi Linear Berganda.....	51
3.7.5. Uji Hipotesis.....	52

3.7.6. Uji Pengaruh Simultan (Uji F)	53
BAB IV.....	55
4.1. Karakteristik Responden.....	55
4.1.1. Screening Question Pengguna LCGC di Jawa Barat.....	55
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	57
4.1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	58
4.1.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	59
4.1.7. Karakteristik Responden Berdasarkan LCGC (Low Cost Green Car) Yang Digunakan	60
4.2. Analisa Deskriptif.....	61
4.2.1. Tanggapan Responden Mengenai Green Brand Awareness	61
4.2.2. Tanggapan Responden Mengenai Green Brand Image	63
4.2.3. Tanggapan Responden Mengenai Green Brand Satisfaction.....	65
4.2.4. Tanggapan Responden Mengenai Green Brand Trust.....	67
4.2.5. Tanggapan Responden Mengenai Green Brand Preference.....	70
4.3. Uji Asumsi Klasik.....	72
4.3.1. Uji Normalitas.....	72
4.3.2. Uji Autokorelasi.....	73
4.3.3. Uji Multikorelasional.....	74
4.3.4. Uji Heterokedastisiti.....	76
4.4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	77
4.5. Uji Model (Koefisien Determinasi).....	78
4.6. Pengujian Hipotesis.....	79
4.6.1. Uji T.....	79

4.6.2. Uji F.....	81
4.7. Pengujian Hipotesis Efek Moderator.....	82
4.7.1. Uji T Efek Moderator.....	83
4.7.2. Uji F efek Moderator.....	92
4.8. Pembahasan Hasil Penelitian.....	94
BAB V.....	98
KESIMPULAN DAN SARAN.....	98
5.1. Kesimpulan.....	98
5.2. Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA.....	102
LAMPIRAN.....	106