

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil dan Sejarah perusahaan.....	1
1.1.2 Jenis Produk	3
1.2 Latar Belakang	4
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.6 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Pemasaran	13
2.1.2 Manajemen Pemasaran	14
2.1.3 <i>Green Marketing</i>	14
2.1.4 <i>Green Marketing Mix</i>	15
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Kerangka Pemikiran.....	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	20
3.1 Jenis Penelitian.....	20
3.2 Pendekatan Penelitian	20

3.2.1	Pengumpulan Data	21
3.2.2	Populasi dan Sampel	21
3.2.3	Teknik Sampling	23
3.2.4	Variabel Operasional	23
3.2.5	Skala Pengukuran.....	24
3.2.6	Uji Validitas.....	25
3.2.7	Uji Realibilitas	26
3.3	Analisis Deskriptif	27
BAB IV PEMBAHASAN		29
4.1	Karakteristik Responden	29
4.2	Hasil Penelitian	33
4.2.1	Pembahasan Validitas dan Realibilitas.....	33
4.3	Analisis Deskriptif	34
4.3.1	Analisis Deskriptif Sub-Variabel <i>Green Marketing</i>	34
4.3.2	Analisis Deskriptif variabel <i>Green Marketing</i>	38
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		40
5.1	Kesimpulan	40
5.2	Saran	41
5.2.1	Saran untuk peneliti selanjutnya	42
DAFTAR PUSTAKA		43
LAMPIRAN.....		45