

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.2. Latar Belakang Penelitian .....	2
1.3. Perumusan Masalah.....	11
1.4. Tujuan Penelitian.....	12
1.5. Manfaat Penelitian.....	12
1.5.1. Secara Teoritis .....	12
1.5.2. Secara Praktis .....	13
1.6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Konsep Manajemen Pemasaran .....	15
2.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	15
2.2. Konsep <i>Green Marketing</i> .....	16
2.2.1. Pengertian <i>Green Marketing</i> .....	16
2.2.2. Unsur-unsur <i>Green Marketing</i> .....	17
2.3. Konsep <i>Brand Awareness</i> .....	21
2.3.1. Pengertian <i>Brand Awareness</i> .....	21
2.4. Konsep Keputusan Pembelian.....	22
2.4.1. Pengertian Keputusan Pembelian .....	22
2.4.2. Pihak-pihak terlibat dalam proses Keputusan Pembelian .....	23
2.4.3. Proses Keputusan Pembelian.....	24
2.5. Hubungan Antar Variabel .....	27
2.5.1. Hubungan <i>Green Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	27
2.5.2. Hubungan <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	28
2.6. Penelitian Terdahulu .....	28
2.7. Kerangka Pemikiran.....	33
	viii

2.8. Hipotesis Penelitian.....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Pendekatan Penelitian .....	36
3.2. Definisi Operasional Variabel .....	37
3.3. Populasi dan Sampel .....	41
3.3.1. Populasi .....	41
3.3.2. Sampel .....	42
3.4. Jenis dan Sumber Data .....	44
3.4.1. Jenis Data.....	44
3.4.2. Sumber Data .....	44
3.5. Metode Pengumpulan Data .....	44
3.6. Skala Pengukuran.....	45
3.7. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	46
3.7.1. Uji Validitas.....	46
3.7.2. Uji Reliabilitas.....	46
3.8. Teknik Analisis Data.....	47
3.8.1. Uji Asumsi Klasik .....	47
3.8.2. Analisis Regresi Linear Berganda .....	49
3.8.3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	50
3.8.4. Uji Hipotesis Penelitian.....	50
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Hasil Penelitian .....	52
4.2. Karakteristik Responden .....	52
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	53
4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	54
4.3.1. Uji Validitas .....	54
4.3.2. Uji Reliabilitas.....	55
4.4. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	56
4.4.1. Deskripsi Variabel Penelitian .....	56
4.5. Hasil Analisis Regresi .....	58
4.5.1. Uji Asumsi Klasik .....	58
4.5.2. Regresi Linear Berganda .....	61
4.6. Hasil Pengujian Hipotesis .....	63
4.6.1. Uji Secara Simultan ( Uji F).....	64
4.6.2. Uji Parsial (Uji t).....	65
4.6.3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	66
4.7. Pembahasan.....	66
4.7.1. Pengaruh <i>Green Marketing</i> dan <i>Brand Awareness</i> Terhadap	

Keputusan Pembelian .....	67
4.7.2. Pengaruh <i>Green Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	68
4.7.3. Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	71
5.2. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	