

DAFTAR ISI

Persetujuan Skripsi.....	ii
Pengesahan Kelulusan Ujian.....	iii
Pernyataan Orisinalitas Skripsi.....	iv
Motto dan Persembahan.....	v
<i>Abstract</i>	vi
Abstrak	vii
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran.....	xv
BAB I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	14
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	14
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	15
1.4 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II Telaah Pustaka.....	17
2.1. Landasan Teori.....	17
2.1.1 Konsep Manajemen Pemasaran.....	17
2.1.2 Strategi Pemasaran	18
2.1.3 Bauran Pemasaran Berwawasan Lingkungan.....	19
2.1.4 Keputusan Pembelian	23
2.1.5 Citra Merek Berwawasan Lingkungan	25
2.2 Penelitian Terdahulu.....	27
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	30
2.4 Hipotesis Penelitian	31
2.4.1 Pengaruh Bauran Pemasaran Berwawasan Lingkungan terhadap Citra Merek Berwawasan Lingkungan.....	31

2.4.2 Pengaruh Citra Merek Berwawasan Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.4.3 Peran Citra Merek Berwawasan Lingkungan dalam Memediasi Pengaruh Bauran Pemasaran Berwawasan Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian.....	32
BAB III Metode Penelitian	34
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	34
3.2 Populasi dan Sampel.....	37
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	39
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	39
3.4.1 Kuesioner.....	39
3.4.2 Studi Pustaka	40
3.5 Metode Analisis Data	40
3.5.1 Uji Instrumen.....	41
3.5.2 Uji Hipotesis	43
3.5.3 Tahapan SEM	43
BAB IV Hasil dan Analisis	48
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	48
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
4.1.2 Gambaran Karakteristik Responden.....	50
4.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
4.1.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	52
4.1.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
4.1.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	53
4.1.7 Deskripsi Responden Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran Per Bulan	54
4.1.8 Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Produk AQUA Life.....	55
4.2 Hasil Analisis Data	55
4.2.1 Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>).....	56
4.2.1.1 CFA Konstruksi Bauran Pemasaran Berwawasan Lingkungan.....	56
4.2.1.2 CFA Konstruksi Citra Merek Berwawasan Lingkungan	57

4.2.1.3 CFA Konstruk Keputusan Pembelian.....	58
4.2.2 Analisis Full Model SEM.....	59
4.2.2.1 Evaluasi Normalitas Data.....	59
4.2.2.2 Evaluasi atas <i>Outliers</i>	60
4.2.2.3 Evaluasi atas Nilai Residual.....	61
4.2.2.4 Evaluasi Validitas dan Reliabilitas	62
4.2.2.5 Evaluasi atas Kriteria <i>Goodness of Fit Model</i>	64
4.2.3 Hasil Uji Hipotesis.....	65
4.3 Interpretasi Hasil.....	67
4.3.1 Pengaruh Bauran Pemasaran Berwawasan Lingkungan terhadap Citra Merek Berwawasan Lingkungan.....	67
4.3.2 Pengaruh Citra Merek Berwawasan Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian.....	68
4.3.3 Citra Merek Berwawasan Lingkungan memediasi Pengaruh Bauran Pemasaran Berwawasan Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian.....	69
BAB V Penutup.....	71
5.1 Kesimpulan Hipotesis.....	71
5.2 Kesimpulan Masalah Penelitian	72
5.3 Implikasi Teoritis.....	75
5.4 Implikasi Manajerial.....	76
5.5 Keterbatasan Penelitian	77
5.6 Saran Penelitian Mendatang	77
Daftar Pustaka	78
Lampiran-Lampiran	84

FEB UNDIP