

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kegunaan Penelitian.....	13
1.5 Sistematika Penulisan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Teori Stimulus–Organism–Response (SOR).....	15
2.1.2 <i>Green Packaging</i>	18
2.1.3 Persepsi Harga.....	21
2.1.4 Kualitas Produk.....	24
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	28
2.2 Penelitian Terdahulu.....	33
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	36
2.4 Pengembangan Hipotesis	38
2.4.1 Pengaruh <i>Green Packaging</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	38
2.4.2 Pengaruh <i>Green Packaging</i> terhadap Persepsi Harga.....	39
2.4.3 Pengaruh <i>Green Packaging</i> terhadap Kualitas Produk.....	40
2.4.4 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	42

2.4.5 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	43
BAB III METODE PENELITIAN.....	45
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	45
3.1.1 Variabel Penelitian	45
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	46
3.2 Populasi, Sampel, Teknik Penentuan Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	48
3.2.1 Populasi.....	48
3.2.2 Sampel.....	48
3.2.3 Teknik Penentuan Sampel	49
3.2.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	49
3.3 Jenis dan Sumber Data	49
3.4 Teknik Pengumpulan Data	50
3.5 Teknik Analisis Data	52
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	52
3.5.2 Analisis Inferensial.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	58
4.1.1 Gambaran Umum McDonald's	58
4.1.2 Gambaran Umum Wilayah Penelitian.....	61
4.2 Analisis Deskriptif.....	62
4.2.1 Analisis Deskriptif Responden Penelitian.....	62
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel	66
4.3 Analisis Inferensial.....	74
4.3.1 Evaluasi Model Pengukuran	75
4.3.2 Hasil Pengujian (Uji Hipotesis)	80
4.3.3 Menyusun Diagram Jalur dan Persamaan Struktural	80
4.3.4 Input Matriks dan Estimasi Model.....	81
4.3.5 Menilai Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	86
4.3.6 Uji Hipotesis	91
4.3.7 Uji Mediasi – Pengaruh Tidak Langsung.....	94

4.4 Pembahasan.....	96
4.4.1 Pengaruh <i>Green Packaging</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	96
4.4.2 Pengaruh <i>Green Packaging</i> terhadap Persepsi Harga.....	98
4.4.3 Pengaruh <i>Green Packaging</i> terhadap Kualitas Produk.....	99
4.4.4 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	101
4.4.5 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	102
BAB V PENUTUP.....	105
5.1 Kesimpulan.....	105
5.2 Implikasi Manajerial.....	106
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	108
5.4 Agenda Penelitian yang Akan Datang.....	108
DAFTAR PUSTAKA.....	110
DAFTAR LAMPIRAN.....	115

