

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.5 Sistematika Penelitian	14
BAB II TELAAH PUSTAKA	16
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 Perilaku Konsumen	16
2.1.1.1 Branding	17
2.1.1.2 Brand Image	18
2.1.2 Social Influence	20
2.1.3 Green Awareness	23
2.1.4 Keputusan Pembelian	29
2.2 Penelitian Terdahulu	33
2.3 Hubungan Antar Variabel	37

2.4 Kerangka Penelitian	40
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Variabel Penelitian	41
3.2 Definisi Operasional	42
3.3 Pupulasi dan Sampel.....	45
3.3.1 Populasi.....	45
3.3.2 Sampel	46
3.4 Jenis dan Sumber Data	46
3.4.1 Data Primer	46
3.4.2 Data Sekunder	46
3.5 Metode Pengumpulan Data	47
3.5.1 Kuesioner	47
3.6 Metode Analisis Data	48
3.7 Pengujian Hipotesis	48
3.7.1 Uji Validitas	48
3.7.2 Uji Reliabilitas	49
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	49
3.7.3.1 Uji Normalitas	49
3.7.3.2 Uji Multikolinearitas	50
3.7.3.3 Uji Heterokedastisitas	50
3.7.4 Uji Analisis Deskripsi	51
3.7.5 Uji Analisis Regresi Berganda	52
3.7.6 Uji Kelayakan Model	52
3.7.6.1 Uji Koefisiensi Determinasi	52

3.7.6.2 Uji Statistik f	53
3.7.6.3 Uji Statistik t	53
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	54
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	54
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	54
4.1.2 Gambaran Umum Responden	54
4.1.2.1 Responden Berdsarkan Jenis Kelamin	54
4.1.2.2 Responden Berdasarkan Usia	55
4.1.2.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
4.1.2.4 Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan	57
4.2 Analisis Data	58
4.2.1 Uji Instrumen Penelitian	58
4.2.1.1 Uji Validitas	58
4.2.1.2 Uji Realibilitas	59
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	60
4.2.2.1 Uji Normalitas	60
4.2.2.2 Uji Multikolinearitas	61
4.2.2.3 Uji Heterokedastisitas	63
4.2.3 Uji Analisis Deskripsi	63
4.2.3.1 Uji Analisis Deskripsi Brand Image	63
4.2.3.2 Uji Analisis Deskripsi Social Influence	64
4.2.3.3 Uji Analisis Deskripsi Green Awareness.....	65
4.2.3.4 Uji Analisis Deskripsi Purchase Decision	66
4.2.4 Uji Analisis Regresi Berganda	67
4.2.5 Uji Kelayakan Model	68

4.2.5.1 Uji Koefisien Determinasi	68
4.2.5.2 Uji Statistik F	69
4.2.5.3 Uji Statistik t	70
4.3 Interpretasi Hasil	71
BAB V PENUTUP	74
5.1 Simpulan	74
5.2 Implikasi Teori	74
5.3 Implikasi Kebijakan	75
5.4 Keterbatasan Penelitian	77
5.5 Agenda Penelitian Mendatang	77
Daftar Pustaka	79
Lampiran	81



FEB UNDIP