DAFTAR ISI

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN iv
ABSTRACT v
ABSTRAK vi
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR GAMBAR xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian 11
1.3.1 Tujuan Penelitian 11
1.3.2 Kegunaan penelitian 12
1.4 Sistematika Penulisan 12
BAB II TELAAH PUSTAKA 14
2.1 Landasan Teori 14
2.1.1 *Product Quality* 14
2.1.2 *Green Marketing* 15
2.1.3 *Brand Image* 17
2.1.4 *Brand Awareness* 18
2.1.5 Keputusan Pembelian 20
2.2 Penelitian Terdahulu 21
2.3 Pengembangan Hipotesis 23
2.3.1 Pengaruh *Product Quality* Terhadap Keputusan Pembelian 23
2.3.2 Pengaruh *Green Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian 24
2.3.3 Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian 25
2.3.4 Pengaruh *Product Quality* Terhadap *Brand Awareness* 26
2.3.5 Pengaruh *Green Marketing* Terhadap *Brand Awareness* 27
2.3.6 Pengaruh *Brand Image* Terhadap *Brand Awareness* 28
2.3.7 Pengaruh *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian 29

2.4 Kerangka Pemikiran Teoretis 30
BAB III METODE PENELITIAN 32
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel 32
3.1.1 Variabel Penelitian 32
3.1.2 Definisi Operasional Variabel 35
3.2 Populasi dan Sampel 38
3.2.1 Populasi Penelitian 38
3.2.2 Sampel Penelitian 38
3.3 Jenis dan Sumber Data 39
3.3.1 Jenis penelitian 39
3.3.2 Sumber Data 39
3.4 Teknik Pengumpulan Data 40
3.5 Teknik Analisis Data 41
BAB IV HASIL DAN ANALISIS 51
4.1 Deskripsi Objek Penelitian 51
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 51
4.1.2 Gambaran Umum Responden 51
4.2 Hasil Analisis Data 54
4.2.1 Uji Validitas 55
4.2.2 Uji Reliabilitas 62
4.2.3 Hasil Full Model Struktural 63
4.2.4 Hasil Uji Hipotesis 65
4.2.5 Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung 68
4.3 Interpretasi Hasil 70
4.3.1 Pengaruh *Product Quality* Terhadap Keputusan Pembelian 70
4.3.2 Pengaruh *Green Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian 71
4.3.3 Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian 72
4.3.4 Pengaruh *Product Quality* Terhadap *Brand Awareness* 73
4.3.5 Pengaruh *Green Marketing* Terhadap *Brand Awareness* 74
BAB V PENUTUP 77
5.1 Simpulan 77
5.2 Implikasi Manajerial 79
5.3 Keterbatasan Penelitian 80

5.4 Saran Untuk Penelitian Mendatang 81
DAFTAR PUSTAKA 82

FEB UNDIP