



DAFTAR ISI

	Hal
Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Halaman Pernyataan.....	iii
Kata Pengantar	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
INTISARI.....	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
 I. BAB I PENGANTAR	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.5. Sistematika Penelitian.....	9
 II. BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS	
2.1. <i>Green Marketing</i>	11
2.2. Konsumen	14
2.3. Perilaku Konsumen.....	18
2.3.1. Perilaku Beli Konsumen	18
2.4. Media.....	21



2.4.1. Televisi.....	22
2.4.2. Majalah.....	23
2.4.3. Internet	24
2.5. <i>Opinion Leader</i>	25
2.6. Demografi	27
2.6.1. Umur	28
2.6.2. Pendidikan.....	29
2.6.3. Gender	30
2.6.4. Pekerjaan	31
2.7. Model Konseptual Penelitian	33
 III. BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Pendekatan Metode Penelitian	34
3.2. Unit Analisis Penelitian	35
3.3. Studi Eksploratori.....	35
3.4. Produk Penelitian	38
3.5. Sampel Penelitian.....	40
3.5.1. Sampel Sasaran	40
3.5.2. Prosedur Penentuan Sampel.....	41
3.6. Definisi Operasional.....	42
3.6.1. Media	42
3.6.2. Opinion Leader	43
3.6.3. Demografi	43
3.6.4. Perilaku Beli.....	44



3.7. Analisis Data	45
3.8. Uji Instrumen	45

IV. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Penyebaran dan Hasil Kuesioner	49
4.2. Deskripsi Responden Penelitian.....	50
4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas	52
4.4. Statistik Deskriptif Variabel.....	54
4.5. Hasil Pengujian Hipotesis	56
4.5.1. Hasil Pengujian Hipotesis 1	59
4.5.2. Hasil Pengujian Hipotesis 2	61
4.5.3. Hasil Pengujian Hipotesis 3	62
4.5.4. Hasil Pengujian Hipotesis 4	63
4.5.5. Hasil Pengujian Hipotesis 5	65
4.5.6. Hasil Pengujian Hipotesis 6	66
4.5.7. Hasil Pengujian Hipotesis 7	68
4.5.8. Hasil Pengujian Hipotesis 8	70

V. BAB V SIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

5.1. Simpulan	73
5.2. Kontribusi Penelitian.....	76
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	77
5.4. Implikasi Manajerial	77
5.5. Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	79

DAFTAR PUSTAKA