

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	7
1.2.1 Identifikasi Masalah	7
1.2.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.41 Manfaat Teoritis	9
1.42 Manfaat Praktis.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
.....	10
2.1 Kajian Pustaka	10
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen	10
2.1.1.1 Pengertian Manajemen.....	10
2.1.1.2 Fungsi-Fungsi Manajemen.....	11
2.1.1.3 Unsur-Unsur Manajemen.....	13

2.1.1.5 Bidang-Bidang Manajemen	16
2.1.1.6 Manajemen 4.0.....	19
2.1.2 Manajemen Pemasaran	21
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	21
2.1.2.2 Tujuan Pemasaran.....	22
2.1.2.3 Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran	23
2.1.2.4 Fungsi Pemasaran	25
2.1.2.5 Strategi Pemasaran	26
2.1.3 <i>Green Marketing</i>	27
2.1.3.1 Pengertian <i>Green Marketing</i>	27
2.1.3.2 Konsep <i>Green Marketing</i>	28
2.1.3.3 Tujuan <i>Green Marketing</i>	29
2.1.3.4 Indikator <i>Green Marketing</i>	30
2.1.4 Minat Beli	34
2.1.4.1 Pengertian Minat Beli.....	34
2.1.4.2 Tahapan Minat Beli Konsumen.....	35
2.1.4.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen.....	39
2.1.4.4 Jenis-Jenis Perilaku Pembelian	40
2.1.4.5 Indikator Minat Beli Konsumen.....	43
2.1.5 Keputusan Pembelian	44
2.1.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	44
2.1.5.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	45
2.1.5.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	47
2.1.5.4 Indikator Keputusan Pembelian	54

2.1.6 Penelitian Terdahulu yang Relevan	55
2.2 Kerangka Pemikiran.....	58
2.3 Hipotesis Penelitian	62
BAB III METODE PENELITIAN	63
3.1 Metode Penelitian yang digunakan	63
3.2 Definisi dan Oprasionalisasi Variabel	64
3.2.1 Definisi Variabel	64
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	65
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	66
3.3.1 Populasi Penelitian.....	66
3.3.2 Sampel.....	67
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	70
3.4.1 Sumber Data.....	70
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	71
3.5 Teknik Analisis Data.....	72
3.5.1 Analisis Deskriptif	73
3.5.2 Analisis Verifikatif.....	75
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian	80
3.6.1 Tempat Penelitian	
3.6.2 Waktu Penelitian	
DAFTAR PUSTAKA.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Kuesioner Pra-Survey Mengenai Keputusan Pembelian Pada Produk Le Minerale	4
Tabel 2.1	Penelitaian Terdahulu	55
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....	65
Tabel 3.2	Jumlah Populasi Berdasarkan Kelas	67

Tabel 3.3	Jumlah Sampel Berdasarkan Kelas	70
Tabel 3.4	Pedoman untuk menentukan interpretasi koefisien korelasi ...	76
Tabel 3.5	Pedoman untuk menentukan interpretasi koefisien korelasi ...	78
Tabel 3.5	Jadwal Kegiatan Penelitian	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model AIDA	35
Gambar 2.2	Jenis Perilaku Keputusan Pembelian.....	42
Gambar 2.3	Paradigma Penelitian	61