

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
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	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN	
HIPOTESIS	11
2.1 Kajian Pustaka	11
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen	11
2.1.1.1 Pengertian Manajemen	11
2.1.1.2 Fungsi-Fungsi Manajemen	13

2.1.1.3 Tujuan Manajemen	14
2.1.1.4 Unsur-Unsur Manajemen	15
2.1.2 Manajemen Pemasaran	16
2.1.2.1 Definisi Manajemen Pemasaran	16
2.1.2.2 Tujuan Pemasaran	17
2.1.2.3 Fungsi Pemasaran	18
2.1.3 <i>Green Marketing</i>	19
2.1.3.1 Pengertian <i>Green Marketing</i>	19
2.1.3.2 Konsep <i>Green Marketing</i>	20
2.1.3.3 Indikator <i>Green Marketing</i>	21
2.1.4 <i>Product Quality</i> (Kualitas Produk)	24
2.1.4.1 Pengertian Produk	24
2.1.4.2 Atribut Produk	25
2.1.4.3 Klasifikasi Produk	26
2.1.4.4 Pengertian <i>Product Quality</i> (Kualitas Produk)	27
2.1.4.5 Indikator Kualitas Produk	28
2.1.5 Keputusan pembelian	30
2.1.5.1 Definisi Keputusan Pembelian	30
2.1.5.2 Tahap-Tahap dalam Keputusan Pembelian	31
2.1.5.3 Jenis-Jenis Perilaku Keputusan Pembelian	33
2.1.5.4 Indikator Keputusan Pembelian	34

2.1.5.5 Faktor-Fakator yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	35
2.1.6 Penelitian terdahulu yang Relevan	37
2.2 Kerangka Pemikiran	40
2.2.1 Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian	40
2.2.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	41
2.2.3 Pengaruh <i>Green Marketing</i> dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	41
2.3 Hipotesis	43
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Metode Penelitian yang Digunakan	45
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	46
3.2.1 Definisi variabel	46
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	47
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	48
3.3.1 Populasi	48
3.3.2 Sampel	49
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	52
3.4.1 Sumber Data	52
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	52
3.5 Teknik Analisis Data	54
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian	59

3.6.1 Tempat Penelitian	59
3.6.2 Waktu Penelitian	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Hasil Penelitian	61
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	61
4.1.1.1 Profil UPTD SMA Negeri 1 Banjarsari	61
4.1.1.2 Visi, Misi dan Tujuan SMA Negeri 1 Banjarsari	62
4.1.1.3 Struktur Organisasi dan <i>Job</i> Deskripsi SMA Negeri 1 Banjarsari	63
4.1.1.4 Karakteristik Responden	65
4.1.2 Deskripsi Variabel yang Diteliti	68
4.1.2.1 Hasil Penelitian tentang <i>Green Marketing</i> pada Air Mineral Ades pada Pelajar SMAN 1 Banjarsari	68
4.1.2.2 Hasil Penelitian tentang <i>Product Quality</i> pada Air Mineral Ades pada Pelajar SMAN 1 Banjarsari	81
4.1.2.3 Penelitian tentang Keputusan Pembelian Konsumen pada Air Mineral Ades pada Pelajar SMAN 1 Banjarsari	93
4.1.3 Pengujian Hipotesis	106

4.1.3.1	Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian pada Air Mineral Ades di Pelajar SMAN 1 Banjarsari	106
4.1.3.2	Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian pada Air Mineral Ades di Pelajar SMAN 1 Banjarsari	11
4.1.3.3	Pengaruh <i>Green Marketing</i> dan <i>Product Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian pada Air Mineral Ades di Pelajar SMAN 1 Banjarsari	117
4.2	Pembahasan	126
4.2.1	Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian pada Air Mineral Ades di Pelajar SMAN 1 Banjarsari	126
4.2.2	Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian pada Air Mineral Ades di Pelajar SMAN 1 Banjarsari	128
4.2.3	Pengaruh <i>Green Marketing</i> dan <i>Product Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian pada Air Mineral Ades di Pelajar SMAN 1 Banjarsari	130
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	133
5.1	Simpulan	133
5.2	Saran	133
	DAFTAR PUSTAKA	135
	LAMPIRAN	