

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	23
1.3. Pembatasan Masalah	24
1.4. Perumusan Masalah	25
1.5. Kegunaan Penelitian	25
BAB II KAJIAN TEORITIK.....	27
A. Deskripsi Konseptual	27
A.1. <i>Green Advertising</i>	27
A.2. <i>Green Perceive Quality</i>	36
A.3. <i>Green Purchase Intention</i>	40
B. Review Penelitian Terdahulu	45
C. Kerangka Teoretik.....	55
D. Perumusan Hipotesis	60
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	61
A. Tujuan Penelitian	61
B Tempat, Waktu, dan Objek Penelitian	61
C. Metode Penelitian	62
D. Populasi & <i>Sampling</i>	63
D.1. Populasi	63
D.2. Sampel	64
E. Metode Pengumpulan Data	67
E.1. Operasionalisasi Variabel Penelitian	68
E.1.1. Variabel Independen	68
E.1.2. Variabel Dependen	68
F. Skala Pengukuran	70
F.1. Alat dan Teknik Analisis Data	72
F.1.2. Analisis Deskriptif	72
F.1.3. Pengujian Instrumen	72
F.1.3.1. Uji Validitas	72
F.1.3.2. Uji Reliabilitas	73
F.1.4. Uji Asumsi Klasik	74

F.1.4.1. Uji Normalitas	74
F.1.4.2. Uji Linieritas	75
F.1.4.3. Uji Multikolineritas	75
F.1.4.4. Uji Heterokedastisitas	76
F.1.5. Uji Hipotesis	76
F.1.5.1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	77
F.1.5.1. Uji R	77
F.1.5.2. Uji T.....	77
F.1.6. Koefisien Determinasi	78
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	80
4.1. Deskripsi Data	80
4.1.1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	77
4.1.2. Karakteristik Berdasarkan Usia	83
4.1.3. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	85
4.1.4. Karakteristik Berdasarkan Domisili	88
4.2. Analisis Deskriptif.....	90
4.2.1. Variabel <i>Green Advertsing</i>	91
4.2.2. Variabel <i>Green Perceived Quality</i>	92
4.2.1. Variabel <i>Green Purchase Intention</i>	91
4.3. Uji Instrumen.....	95
4.3.1. Uji Validitas.....	95
4.3.2. Uji Reliabilitas	97
4.4. Uji Asumsi Dasar	97
4.4.1. Uji Normalitas	97
4.3.1. Uji Linearitas	99
4.5. Uji Asumsi Klasik	101
4.5.1. Uji Multikolinieritas	101
4.5.2. Uji Heterokedasitisitas.....	102
4.6. Uji Hipotesis.....	103
4.6.1. Regresi Linier Berganda	102
4.6.2. Uji t	104
4.6.3. Koefisien Determinasi	106
4.7. Pembahasan	103
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	109
5.1. Kesimpulan.....	109
5.2. Implikas	109
5.3. Saran.....	111
5.3. Saran Praktis	111
5.4. Saran Teoritis.....	112
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN-LAMPIRAN	121

DAFTAR TABEL

	Halaman
TABEL I.1 15 Negara Dengan Tingkat Polusi Paling Mematikan.....	3
TABEL I.2 Penjualan <i>Low Cost Green Cars</i> di Indonesia	10
TABEL I.3 Data <i>Wholesales</i> Gaikindo 2016.....	11
TABEL I.4 Data Index <i>City Car</i> Januari-Desember 2016.....	13
TABEL I.5 Daftar Harga Datsun Tahun 2016	15
TABEL I.6 Realisasi Penjualan Mobil Datsun 2016	17
TABEL I.7 Rekapitulasi Responden Mengenai Mobil Datsun Go+	21
TABEL I.8 Variabel Penelitian	22
TABEL II.1 Persamaan Dimensi <i>Green Advertising</i>	35
TABEL II.2 Persamaan Dimensi <i>Green Perceive Quality</i>	40
TABEL II.3 Persamaan Dimensi <i>Green Purchase Intention</i>	45
TABEL II.4 Perbandingan Penelitian Terdahulu.....	54
TABEL III.1 Kajian Penelitian Terdahulu	66
TABEL III.2 Operasional Variabel	69
TABEL IV.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	80
TABEL IV.2 <i>Crosstab</i> Jenis Kelamin X1, X2, Y	81
TABEL IV.3 Karakteristik Berdasarkan Usia	83
TABEL IV.4 <i>Crosstab</i> Jenis Usia X1, X2, Y	83
TABEL IV.5 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	85
TABEL IV.6 <i>Crosstab</i> Jenis Usia X1, X2, Y	86
TABEL IV.7 Karakteristik Berdasarkan Domisili.....	88
TABEL IV.8 <i>Crosstab</i> Jenis Usia X1, X2, Y	89
TABEL IV.9 Nilai Analisis Deskriptif Variabel X1.....	91
TABEL IV.10 Nilai Analisis Deskriptif Variabel X2.....	92
TABEL IV.11 Nilai Analisis Deskriptif Variabel Y.....	94
TABEL IV.12 Hasil Uji Validitas.....	95
TABEL IV.13 Hasil Uji Reliabilitas.....	97
TABEL IV.14 Hasil Uji Normalitas	98
TABEL IV.15 Hasil Uji Residual	98
TABEL IV.16 Hasil Uji Linier Y – X1	100
TABEL IV.17 Hasil Uji Linier Y – X2	100
TABEL IV.18 Hasil Uji Multikolinieritas	102
TABEL IV.19 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	102
TABEL IV.20 Hasil Uji Linier Berganda	103
TABEL IV.21 Hasil Uji t.....	105
TABEL IV.22 Hasil Pengujian Hipotesis	107

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
GAMBAR I.1 Pangsa Pasar LCGC	9
GAMBAR I.2 10 Merek Terlaris Sepanjang Januari – September 2016.....	11
GAMBAR I.3 Iklan Ramah Lingkungan Datsun Go+	16
GAMBAR I.4 Iklan Mobil Datsun Go+	17
GAMBAR I.5 Keluhan Pengguna Datsun Go+	20
GAMBAR II.1 Kerangka Pemikiran	59

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN 1 Lampiran Kuesioner.....	86
LAMPIRAN 2 Lampiran Hasil Uji	126