

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERNYATAAN

ABSTRAK	iii
<i>ABSTARCT</i>	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	10
1.3.1 Maksud	10
1.3.2 Tujuan	11
1.4 Kegunaan Penelitian	11
1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu	11
1.4.2 Kegunaan Operasional	12
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	13

BAB II	TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN	
	HIPOTESIS PENELITIAN	14
2.1	Tinjauan Pustaka	14
2.1.1	Pemasaran	14
2.1.2	Manajemen Pemasaran	16
2.1.3	<i>Marketing Mix</i>	15
2.1.4	Atribut Produk	18
2.1.5	<i>Green Marketing</i>	20
2.1.6	<i>4P Green Marketing</i>	24
2.1.7	<i>STP (Segmenting, Targeting, dan Positioning)</i>	27
2.1.7.1	<i>Segmenting</i>	27
2.1.7.2	<i>Targeting</i>	29
2.1.7.3	<i>Positioning</i>	31
2.1.8	Demografi	33
2.1.9	Perilaku Konsumen	34
2.1.10	Pilihan Konsumen (<i>Customer Preference</i>)	36
2.1.11	Hubungan Green Marketing, Demografi dan Pilihan Konsumen	38
2.1.12	Penelitian Terdahulu	42
2.2	Kerangka Pemikiran	44
2.3	Paradigma Penelitian	48
2.4	Hipotesis Penelitian	49

BAB III	OBJEK DAN METODE PENELITIAN	50
3.1	Objek Penelitian	50
3.1.1	Sejarah Singkat <i>The Body Shop</i>	50
3.1.2	<i>The body Shop</i> Indonesia	55
3.1.3	Visi <i>The Body Shop</i>	56
3.1.4	Misi <i>The Body Shop</i>	56
3.1.5	Prinsip <i>The Body Shop</i>	56
3.1.6	Struktur Organisasi <i>The Body Shop</i> Indonesia	58
3.1.7	Logo Produk	62
3.1.8	Produk Perusahaan	63
3.2	Metode Penelitian	64
3.2.1	Metode Penelitian yang Digunakan	64
3.2.2	Operasional Variabel	65
3.2.3	Populasi dan Teknik Penentuan Sampel	67
3.2.3.1	Populasi	67
3.2.3.2	Sampel	67
3.2.4	Teknik Pengumpulan Data	69
3.2.4.1	Jenis Data	69
3.2.4.2	Sumber Data	69
3.2.4.3	Instrumen Penelitian	70
3.2.4.4	Transformasi Data Ordinal ke Data Interval ..	71
3.2.4.5	Uji Validitas	73
3.2.4.6	Uji Reliabilitas	74
3.2.4.7	Uji Multikolonieritas	75

3.2.5	Regresi Logistik	76
3.2.5.1	Model Regresi Logistik	79
3.2.5.2	Uji Keباikan Model	80
3.2.5.3	Uji Keberartian Model	80
3.2.5.4	Uji Wald Statistik	81
3.2.5.5	Koefisien Determinasi Model	81
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	83
4.1	Pengujian Instrumen	84
4.1.1	Hasil Uji Validitas	84
4.1.2	Hasil Uji Reliabilitas	85
4.1.3	Hasil Uji Multikolonieritas	86
4.2	Hasil Penelitian dan Pembahasan	87
4.2.1	Penelitian dan Pembahasan <i>Green Marketing</i> (X1) ...	87
4.2.1.1	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Green Product</i>	87
4.2.1.2	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Green Price</i>	91
4.2.1.3	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Green Place</i>	92
4.2.1.4	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Green Promotion</i>	94
4.2.1.5	Skor Variabel <i>Green Marketing</i> (X1)	97

4.2.2	Analisis Deskriptif Karakteristik Demografi	
	Responden	99
4.2.2.1	Karakteristik Demografi Responden	
	Berdasarkan Usia	99
4.2.2.2	Karakteristik Demografi Responden	
	Berdasarkan Jenis Kelamin	100
4.2.2.3	Karakteristik Demografi Responden	
	Berdasarkan Pendidikan	102
4.2.2.4	Karakteristik Demografi Responden	
	Berdasarkan Pendapatan	103
4.2.3	Penelitian dan Pembahasan Pilihan Konsumen (Y)	104
4.2.3.1	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi	
	Fitur Produk	104
4.2.3.2	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi	
	Gaya dan Rancangan Produk	107
4.2.3.3	Skor Variabel Pilihan Konsumen (Y)	108
4.3	Analisis Regresi Logistik	110
4.3.1	Analisis Model Regresi	110
4.3.2	Analisis Uji Kebaikan Model (<i>Goodness of Fit</i>)	112
4.3.3	Analisis Uji Keberartian Model	113
4.3.4	Analisis Uji Wald	114
4.3.5	Analisis Koefisien Determinasi	115

BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	117
	5.1 Kesimpulan	117
	5.2 Saran	119
DAFTAR PUSTAKA		120
LAMPIRAN		



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tanggapan Responden mengenai Implementasi <i>Green Marketing</i> pada <i>The Body Shop</i> Istana Plaza	6
Tabel 2.1	Penelitian terdahulu	42
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian	65
Tabel 3.2	Kriteria Jawaban dan <i>Skoring</i> Penilaian Responden	71
Tabel 4.1	Uji Validitas Variabel <i>Green Marketing</i> (X1)	84
Tabel 4.2	Uji Validitas Variabel Pilihan Konsumen (Y)	85
Tabel 4.3	Uji Reliabilitas	86
Tabel 4.4	Uji Multikolonieritas	86
Tabel 4.5	Dimensi <i>Green Product</i> (P1)	87
Tabel 4.6	Dimensi <i>Green Product</i> (P2)	88
Tabel 4.7	Dimensi <i>Green Product</i> (P3)	89
Tabel 4.8	Dimensi <i>Green Product</i> (P4)	90
Tabel 4.9	Dimensi <i>Green Price</i> (P5)	91
Tabel 4.10	Dimensi <i>Green Price</i> (P6)	92
Tabel 4.11	Dimensi <i>Green Place</i> (P7)	92
Tabel 4.12	Dimensi <i>Green Place</i> (P8)	93
Tabel 4.13	Dimensi <i>Green Promotion</i> (P9)	94
Tabel 4.14	Dimensi <i>Green Promotion</i> (P10)	95
Tabel 4.15	Akumulasi Penilaian Responden Terhadap <i>Green Marketing</i>	97
Tabel 4.16	Usia Responden (P11)	99

Tabel 4.17	Jenis Kelamin Responden (P12)	100
Tabel 4.18	Pendidikan Responden (P13)	102
Tabel 4.19	Pendapatan Responden (P14)	103
Tabel 4.20	Dimensi Fitur Produk (P15)	104
Tabel 4.21	Dimensi Fitur Produk (P16)	105
Tabel 4.22	Dimensi Fitur Produk (P18)	106
Tabel 4.23	Dimensi Gaya dan Rancangan Produk (P17)	107
Tabel 4.24	Akumulasi Penilaian Responden Terhadap Pilihan Konsumen .	108
Tabel 4.25	Model Regresi	110
Tabel 4.26	Uji Kebaikan Model	112
Tabel 4.27	Tabel Uji Statistik G	113
Tabel 4.28	Uji Wald	114
Tabel 4.29	Koefisien Determinasi	116



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Penjualan <i>The Body Shop</i> Istana Plaza	9
Gambar 2.1	Bagan Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	17
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	47
Gambar 2.3	Paradigma Penelitian	48
Gambar 3.1	Struktur Organisasi <i>The Body Shop</i>	59
Gambar 3.2	Logo <i>The Body Shop</i>	62
Gambar 4.1	Jarak Interval pada Garis Kontinum Mengenai <i>Green Marketing</i>	98
Gambar 4.2	<i>Pie Chart</i> Responden Berdasarkan Usia	99
Gambar 4.3	<i>Pie Chart</i> Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	101
Gambar 4.4	<i>Pie Chart</i> Responden Berdasarkan Pendidikan	102
Gambar 4.5	<i>Pie Chart</i> Responden Berdasarkan Pendapatan	103
Gambar 4.6	Jarak Interval pada Garis Kontinum Mengenai Pilihan Konsumen	109

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Tabel Hasil Kuesioner
Lampiran 3	Tabel Hasil Pengolahan <i>MSI</i>
Lampiran 4	Hasil Pengolahan Data (Output SPSS20)
Lampiran 5	Surat Keputusan Bimbingan Skripsi
Lampiran 6	Surat Permohonan Perubahan Topik/Judul Skripsi
Lampiran 7	Surat Permohonan Perpanjangan SK Bimbingan Skripsi
Lampiran 8	Fotocopy Kartu Bimbingan
Lampiran 9	Surat Keterangan Penelitian
Lampiran 10	Daftar Riwayat Hidup

