DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI iii
DAFTAR TABEL vi
DAFTAR GAMBAR viii
DAFTAR LAMPIRAN ix

BAB I PENDAHULUAN
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 7
C. Tujuan Penelitian 7
D. Kontribusi Penelitian 8
E. Sistematika Pembahasan 8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA
A. Penelitian Terdahulu 10
B. Pemasaran Hijau (*Green Marketing*) 14
1. Pengertian Pemasaran Hijau 15
2. Konsep Pemasaran Hijau 17
3. Bauran Pemasaran Hijau 18
4. Konsumen Hijau (*Green Consumer*) 19
5. Produk Hijau (*Green Product*) 21
C. Kepedulian Lingkungan (*Ecological Concern*) 23
1. Pengertian Kepedulian Lingkungan 24
2. Dimensi Kepedulian Lingkungan 25
3. Pengetahuan Lingkungan (*Ecological Knowledge*) 25
4. Afeksi Lingkungan (*Ecological Affect*) 26
D. Kualitas Produk 27
1. Dimensi Kualitas 28
2. Kualitas Produk Hijau 29
E. Harga 30
1. Harga Premium 31
2. Harga Premium Produk Hijau 32
3. Keinginan Membayar Harga Premium 33
F. Keputusan Pembelian 35
1. Peran Konsumen dalam Membeli 35
2. Jenis-jenis Tingkah Laku Keputusan Pembelian 35
3. Struktur Keputusan Pembelian 37
G. Hubungan Kepedulian Lingkungan, Produk Hijau dan Harga terhadap Keputusan Pembelian 38
H. *Mapping* Penelitian Terdahulu 40
I. Model Konseptual dan Hipotesis 45
1. Model Konseptual 45
2. Hipotesis 45

BAB III METODE PENELITIAN
A. Jenis Penelitian 47
B. Lokasi Penelitian 48
C. Konsep, Variabel, Definisi Operasional dan Skala Pengukuran. 49
1. Konsep 49
2. Variabel 50
3. Definisi Operasional 51
4. Skala Pengukuran 54
D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel 55
1. Populasi 55
2. Sampel 55
3. Teknik Pengambilan Sampel 57
E. Teknik Pengumpulan Data 58
1. Sumber Data 58
2. Metode Pengumpulan Data 59
3. Instrumen Penelitian 59
F. Validitas dan Reliabilitas 60
1. Validitas 60
2. Reliabilitas 61
3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 61
G. Analisis Data 66
1. Analisis Deskriptif 66
2. Analisis Regresi Linier Berganda 66
3. Analisis Regresi Parsial 68

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian 70
1. Sejarah Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang 70
2. Visi dan Misi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang 71
3. Jenjang Program Studi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang 71
B. Gambaran Umum Responden 73
1. Distribusi Responden Berdasarkan Usia 73
2. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 74
3. Distribusi Responden Berdasarkan Status Tempat Tinggal 74
4. Distribusi Responden Berdasarkan Uang Saku per Bulan 75
5. Distribusi Responden Berdasarkan Lama Pemakaian 76
6. Distribusi Responden Berdasarkan Tempat Membeli 77
C. Gambaran Distribusi *Item* 78
1. Variabel Pengetahuan Lingkungan (X_1) 78
2. Variabel Afeksi terhadap Lingkungan (X_2) 80
3. Variabel Kualitas Produk Hijau (X_3) 82
4. Variabel Harga Premium (X_4) 84
5. Variabel Struktur Keputusan Pembelian (Y) 85
D. Pengujian Hipotesis 87

1. Analisis Regresi Linier Berganda..... 87
2. Analisis Regresi Parsial..... 89
E. Pembahasan..... 91

BAB V PENUTUP
A. Kesimpulan..... 106
B. Saran..... 108

DAFTAR PUSTAKA 110

LAMPIRAN..... 115