

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian	10
1.5 Lokasi Dan Jadwal Penelitian	11
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	11
1.5.2 Waktu Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	12
2.1 Tinjauan Pustaka	12
2.1.1 <i>Green Promotion</i>	12
2.1.2 <i>Green Knowledge</i>	13
2.1.3 <i>Green Brand Awareness</i>	14
2.1.4 Penelitian Terdahulu	15
2.2 Kerangka Pemikiran.....	23
2.3 Hipotesis.....	26

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Objek Penelitian.....	27
3.2 Metode Penelitian.....	27
3.2.1 Operasionalisasi Variabel	27
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.2.2.1 Jenis Data	29
3.2.2.2 Populasi Sasaran.....	29
3.2.2.3 Penentuan Sampel	30
3.2.2.4 Prosedur Pengumpulan Data	31
3.3 Model Penelitian.....	32
3.4 Teknik Analisis Data.....	33
3.4.1 Uji Instrumen.....	33
3.4.2 Analisis Deskriptif.....	34
3.4.3 Metode <i>Succesive Interval</i>	34
3.4.4 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	35
3.5 Hipotesis Statistika.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Hasil Penelitian.	38
4.1.1 Analisis Deskriptif Responden.	38
4.1.2 Analisis Deskriptive Variabel.....	39
4.1.3 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Green Promotion</i>	40
4.1.4 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Green Knowledge</i>	45
4.1.5 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Green Brand Awareness</i>	49
4.2 Pembahasan.....	53
4.2.1 Pengaruh <i>Green Promotion</i> dan <i>Green Knowledge</i>	

Terhadap <i>Green Brand Awareness</i> pada Konsumen <i>The Body Shop</i> di Tasikmalaya	55
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	57
5.1 Simpulan.	57
5.2 Saran.....	58
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	58
5.2.2 Saran Bagi Akademisi.....	58
5.2.3 Saran Bagi Konsumen.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	62

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
3.3	Model Penelitian.....	32
4.1	Persentase Jenis Kelamin Responden.....	38
4.2	Persentase Usia Responden.....	38
4.3	Persentase Domisili Responden.....	39
4.4	Hubungan Struktural antara Variabel X_1 dan X_2 terhadap Y.....	53

DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
2.1	Penelitian Terdahulu.....	15
3.1	Operasional Variabel.....	27
3.2	Formulasi Nilai, Notasi & Predikat Masing-Masing Pilihan Jawaban Untuk Pernyataan Positif.....	31
3.3	Formulasi Nilai, Notasi & Predikat Masing-Masing Pilihan Jawaban Untuk Pernyataan Negatif.....	31
3.4	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung X_1 dan X_2 Terhadap Y.....	35
4.1	Tabel Karakteristik Responden.....	37
4.2	Klasifikasi Penilaian Setiap Indikator.....	40
4.3	Analisis Statistik <i>Green Promotion</i>	40 - 41
4.4	Klasifikasi Penilaian Indikator <i>Green Promotion</i> Keseluruhan.....	45
4.5	Analisis Statistik <i>Green Knowledge</i>	46
4.6	Klasifikasi Penilaian Indikator <i>Green Knowledge</i> Keseluruhan.....	49
4.7	Analisis Statistik <i>Green Brand Awareness</i>	50
4.8	Klasifikasi Penilaian Indikator <i>Green Brand Awareness</i> Keseluruhan.....	52
4.9	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung antara <i>Green Promotion</i> dan <i>Green Knowledge</i> terhadap <i>Green Brand Awareness</i>	53

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
1	Waktu Kegiatan Penelitian.....	67
2	Kuisisioner.....	68
3	Data Ordinal.....	71
4	Data Interval.....	75
5	Validitas dan Reliabilitas.....	79
6	Hasil Output SPSS.....	82
7	Tabel yang digunakan.....	83