

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR DIAGRAM	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	11
1.2.1 Identifikasi Masalah	11
1.2.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	13
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	13
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	15
2.1 Kajian Pustaka	15
2.1.1 Konsep Pemasaran	15
2.1.2 Perilaku Konsumen	16
2.1.3 Gaya Hidup.....	23
2.1.4 Gaya Hidup dan Proses Konsumsi	23
2.1.5 Pengukuran Gaya Hidup	24
2.1.6 Segmentasi <i>Green Consumer</i>	26
2.1.7 Jenis-Jenis Perilaku Keputusan Pembelian	27

2.1.8 Keputusan Pembelian	29
2.1.9 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	34
2.1.10 Penelitian Terdahulu	35
2.2 Kerangka Pemikiran	37
2.3 Hipotesis	40
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Objek Penelitian	41
3.2 Metode dan Desain Penelitian	43
3.2.1 Metode Penelitian.....	43
3.2.2 Desain Penelitian.....	45
3.3 Operasionalisasi Variabel	46
3.4 Jenis Data, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	51
3.4.1 Sumber Data.....	51
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	52
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	54
3.5.1 Populasi	54
3.5.2 Sampel	55
3.5.3 Teknik Penarikan Sampel.....	56
3.6 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	57
3.6.1 Rancangan Analisis Data	57
3.6.1.1 Pengujian Validitas	59
3.6.1.2 Pengujian Reliabilitas	64
3.6.2 Teknik Analisis Data	67
3.6.2.1 Analisis Korelasi	67
3.6.2.2 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	70
3.6.2.3 Koefisien Determinasi	71
3.6.2.4 Uji Hipotesis	71
BAB IV PEMBAHASAN	73
4.1 Hasil Penelitian	73
4.1.1 Tinjauan Umum Objek Penelitian	73
4.1.1.1 <i>Green Products</i> dan Profil Perusahaan <i>Green</i> di Indonesia	73

4.1.1.2 Karakteristik dan Pengalaman Responden.....	81
4.1.1.2.1 Karakteristik Responden	81
4.1.1.2.2 Pengalaman Responden.....	88
4.1.2 Gambaran Umum Variabel Penelitian	92
4.1.2.1 Gambaran Gaya Hidup	93
4.1.2.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Segmen <i>Green Consumer</i>	108
4.1.2.3 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Gaya Hidup....	110
4.1.2.4 Gambaran Keputusan Pembelian.....	112
4.1.2.5 Rekapitulasi Tanggapan Responden Keputusan Pembelian	125
4.1.3 Hasil Pengujian Statistik	128
4.1.3.1 Uji Asumsi Klasik.....	129
4.1.3.2 Uji Korelasi	131
4.1.3.3 Uji Hipotesis	133
4.1.3.4 Persamaan Regresi.....	133
4.2 Pembahasan	134
BAB V Kesimpulan dan Saran	140
5.1 Kesimpulan	140
5.2 Saran	141
DAFTAR PUSTAKA	xvii

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Contoh Daftar Produk Ramah Lingkungan di Indonesia.....	7
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....	48
Tabel 3.2	Jenis Data dan Sumber Data	52
Tabel 3.3	Kriteria Bobot Nilai Alternatif.....	54
Tabel 3.4	Jumlah Populasi Penelitian	54
Tabel 3.5	Penyebaran Proporsi Sampel.....	56
Tabel 3.6	Pola Skoring Kuesioner Skala Lima	58
Tabel 3.7	Hasil Pengujian Validitas Item Pertanyaan.....	62
Tabel 3.8	Hasil Pengujian Reliabilitas Item Pertanyaan	67
Tabel 3.9	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	69
Tabel 4.1	Daftar Perusahaan dan <i>Green Products</i> di Pasar Indonesia.....	74
Tabel 4.2	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Apresiasi Terhadap Alam	95
Tabel 4.3	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Apresiasi Terhadap Orientasi Perilaku Terhadap Kelestarian Alam.....	96
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Mengenai <i>Green Lifestyle</i>	97
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Mengenai Kegiatan Dalam Mengisi Waktu Luang.....	98
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kesenangan Dalam Mengikuti Kampanye Go Green	99
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Mengenai Kertarikan Mengonsumsi Produk Ramah Lingkungan Baik Barang Maupun Jasa.....	100
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Mengenai Kepedulian Terhadap Alam	102
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Mengenai Kesesuaian <i>Green Products</i> Dengan Nilai yang Diananut	103
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Mengenai Produk yang Dapat Mencemari Lingkungan.....	104

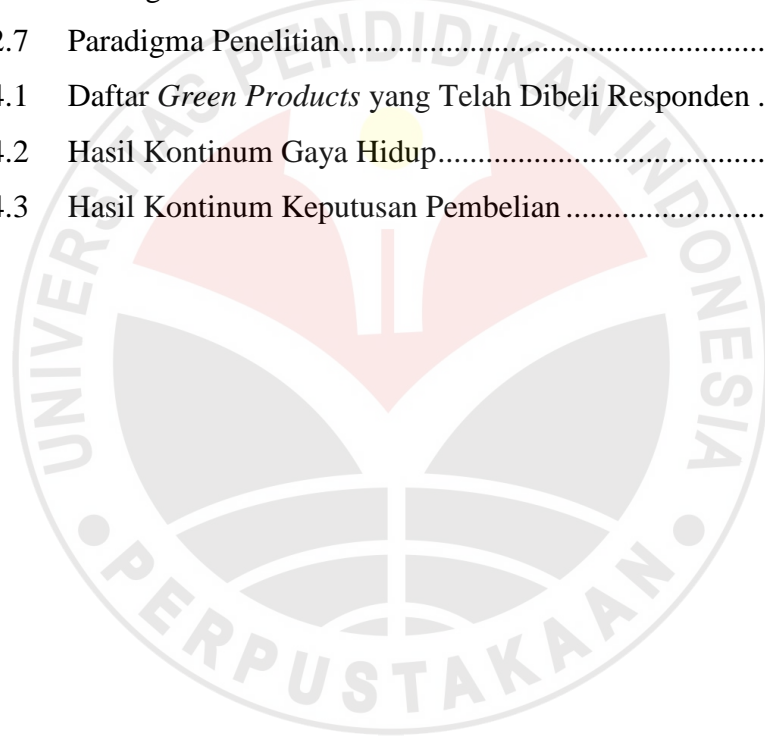
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Mengenai Keberadaan <i>Green Products</i> di Pasar	105
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Mengenai Sikap Pemerintah Terhadap <i>Green Products</i>	106
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Pendidikan dan Pengetahuan	107
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Penghasilan	108
Tabel 4.15	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Gaya Hidup.....	110
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Mengenai Pilihan Produk Berdasarkan Proses Pembuatannya.....	114
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Mengenai Pilihan Produk Berdasarkan Manfaat Produk	115
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Mengenai Pilihan Produk Berdasarkan Bahan Baku	116
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Mengenai Pilihan Produk Berdasarkan Masa Pakai	117
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Mengenai Pilihan Merek Berdasarkan Daya Tarik Merek	118
Tabel 4.21	Tanggapan Responden Mengenai Pilihan Merek Berdasarkan Kepercayaan Merek.....	119
Tabel 4.22	Tanggapan Responden Mengenai Pilihan Distributor Berdasarkan Ketersediaan Varian Produk.....	120
Tabel 4.23	Tanggapan Responden Mengenai Kuantitas Pembelian Berdasarkan Kesesuaian dengan Tingkat Kebutuhan	121
Tabel 4.24	Tanggapan Responden Mengenai Waktu Pembelian Berdasarkan Pembelian Ulang Produk.....	122
Tabel 4.25	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian	125
Tabel 4.26	Keputusan Uji Hipotesis Durbin Watson	132

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1.1	Pendapatan Perkapita Masyarakat Indonesia Tahun 2007-2011	1
Diagram 1.2	Jumlah Penduduk Indonesia Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	2
Diagram 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	82
Diagram 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	83
Diagram 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	84
Diagram 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	84
Diagram 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan / Uang Saku per Bulan	85
Diagram 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Kegiatan-Kegiatan <i>Green</i> yang dilakukan.....	87
Diagram 4.7	Pengalaman Responden Membeli <i>Green Products</i> Berdasarkan Kategori Produk.....	89
Diagram 4.8	Pengalaman Responden Berdasarkan Perolehan Sumber Informasi Mengenai <i>Green Products</i>	91
Diagram 4.9	Pengalaman Responden Berdasarkan Tingkat Konsumsi <i>Green Products</i>	92
Diagram 4.10	Klasifikasi Responden Berdasarkan Segmentasi <i>Green Consumer</i>	110

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1	Model Perilaku Konsumen Hawkins & Mothersbaugh	18
Bagan 2.2	Model Perilaku Konsumen Kotler & Keller	23
Bagan 2.3	<i>Lifestyle and the Consumption Process</i>	24
Bagan 2.4	Perilaku Keputusan Pembelian	28
Bagan 2.5	Model tahapan proses pembelian konsumen.....	30
Bagan 2.6	Kerangka Pemikiran.....	39
Bagan 2.7	Paradigma Penelitian.....	40
Bagan 4.1	Daftar <i>Green Products</i> yang Telah Dibeli Responden	89
Bagan 4.2	Hasil Kontinum Gaya Hidup.....	112
Bagan 4.3	Hasil Kontinum Keputusan Pembelian	128



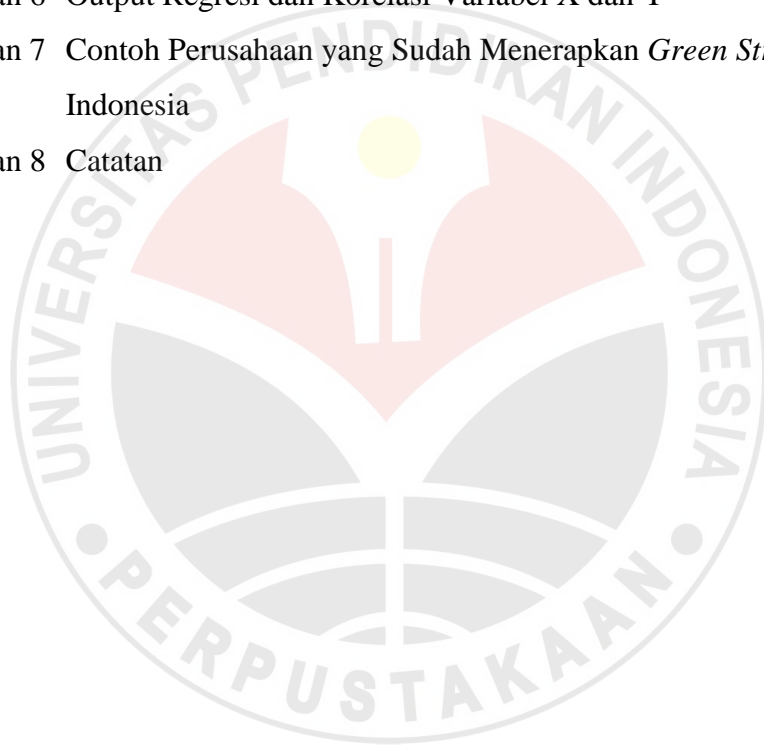
DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Contoh Produk Tas Bagoes	77
Gambar 4.2	Contoh Produk <i>Organic Fashion</i>	78
Gambar 4.3	Tomat Organik	79
Gambar 4.4	<i>Unilever Sustainability Living Plan</i>	81



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Uji Validitas Reliabilitas Manual
- Lampiran 3 Output uji validitas dan reliabilitas
- Lampiran 4 Data Ordinal Variabel X dan Y
- Lampiran 5 Analisis Regresi Korelasi Manual
- Lampiran 6 Output Regresi dan Korelasi Variabel X dan Y
- Lampiran 7 Contoh Perusahaan yang Sudah Menerapkan *Green Strategy* di Indonesia
- Lampiran 8 Catatan



Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Dahlstrom, Robert. (2010). *Green Marketing Management*. Mason: Cengage Learning
- Gujarati, Damodar N. 2006 (*United States Military Academy, West Point*). *Essentials of Econometrics. Third Edition International Edition*. New York: McGraw-Hill
- Hawkins, Del. I. & Mothersbaugh, David L. (2010). *Consumer Behavior Building Marketing Strategy eleventh edition*. New York: McGraw-Hill
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2012). *Marketing Management fourteenth edition*. New Jersey: Pearson
- Kountur, Ronny. (2003). *Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Jakarta: PPM.
- Malhotra, Naresh K. (2005). *Riset Pemasaran*. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia
- Prasetijo, Ristiyanti & Ihalauw, Jhon JOI. (2005). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Simamora, Bilson. (2004). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Umar, Husein. (2002). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Jurnal Ilmiah:

Chen, Tan Booi & Chai, Lau Teck. (2010). "Attitude Towards the Environment and Green Products: Consumers' Perspective", *Management Science and Engineering*. 29.

Shrikanth, R. & Raju, D. Surya Naraya. (2012). "Contemporary Green Marketing – Brief Reference to Indian Scenario", *International Journal Of Social Sciences & Interdisciplinary*. 31-32.

Karya Perorangan:

Ping, Xu. (2011). "Environmental Problems And Green Lifestyles In Thailand". [online]. Tersedia: http://www.nanzan-u.ac.jp/English/aseaccu/venue/pdf/2011_05.pdf [7 Juni 2012]

Sumber Internet Lainnya:

Bracht, Philine. (2011). *Eco-Friendly Products in Asia: an Overview*. Hong Kong: The Hong kong Polytechnic University. Tersedia: http://www.unido.org/fileadmin/user_media/UNIDO_Header_Site/Subsites/Green_Industry_Asia_Conference__Maanila_/Eco_Products_Asia.pdf. [12 Februari 2012]

Berita Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/ Jasa Pemerintah. Tersedia: <http://www.lkpp.go.id/v2/berita-detail.php?id=1432290634>. [12 Februari 2012]

Berita Resmi Statistik. (2011). *Laporan Tahunan 2011*. Jakarta: Badan Pusat Statistik. Tersedia: <http://www.bps.go.id/aboutus.php?news=1&nl=1>. [10 Juni 2012]

Berita YLKI pada 22 November 2011. Tersedia: <http://www.google.co.id/url?sa=t&rct=j&q=konsumsi%20berkelanjutan%3A%20gerakan%20gaya%20hidup%20hijau&source=web&cd=1&cad=rja&ved=0CCYQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.bappenas.go.id%2Fget-file->

Ariska Banon Junior, 2012

Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian (Survey terhadap konsumen green product pada komunitas green di kota Bandung)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

server%2Fnode%2F11525%2F&ei=FBSGUJLfBYqyrAeu_YCgAw&usg=A
FQjCNEgLBO2cX4dJXD_gDR-s6lTeZatYA. Diakses pada: 20 Agustus
2013

Penelitian Deloitten: Gen Y+sustainability+Deloitte | Michigan State University.
Tersedia: <http://news.msu.edu/media/documents/2010/01/7f991e2a-9b1d-4949-abf0-0f34c471cd7d.pdf> [8 Oktober 2012]

Peraturan Pemerintah tentang RAN-GRK. Tersedia:
<http://www.presidentri.go.id/DokumenUU.php/685.pdf> [12 Februari 2012]

The Bali Road Map: Key Issues Under Negotiation. Tersedia:
<http://www.undp.se/assets/Ovirga-publikationer/Bali-road-map.pdf>
[12 Februari 2012]

Profil Perusahaan dan Produk Unilever. Tersedia: <http://www.unilever.com/>
[15 Oktober 2012]

Profil Perusahaan dan Produk Toko Fashionku. Tersedia:
<http://tokofashionku.com/Tentang-TokoFashionKu/tentang-toko->
[15 Oktober 2012]

Profil Perusahaan dan Produk Horti Chain Center. Tersedia:
<http://hortichain.org/site/id/news/news/25-news/214-intrinagreen.html>
[15 Oktober 2012]

Profil Perusahaan dan Produk Greenaration Indonesia. Tersedia:
<http://greeneration.org/> [15 Oktober 2012]