

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	ix
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	x
KATA PENGANTAR	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi Masalah	15
C. Rumusan Masalah	16
D. Tujuan Penelitian.....	16
E. Manfaat Penelitian.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
A. Penelitian Terdahulu	18
B. Konsep dan Teori Penelitian	26
C. Kerangka Berpikir	45
D. Hipotesis Penelitian.....	53
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	54
A. Metode dan Pendekatan	54
B. Populasi dan Sampel	55
C. Sumber Data dan Jenis Data.....	58
D. Operasional Variabel Penelitian.....	61
E. Teknik Pengumpulan Data	64
F. Teknik Analisis Data	66
G. Tempat dan Jadwal Penelitian.....	74

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	76
A. Gambaran Umum Perusahaan	76
B. Konsep Perolehan Data	89
C. Analisis Data	94
D. Hasil Pembahasan	127
BAB V PENUTUP.....	138
A. Kesimpulan.....	138
B. Saran	139
DAFTAR PUSTAKA	142



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 List Pemenang BeautyHaul Awards 2023 berdasarkan Kategori.....	6
Tabel 1. 2 Jenis Kelamin Responden	8
Tabel 1. 3 Usia Responden.....	9
Tabel 1. 4 Hasil Pra-Survey Green Marketing.....	10
Tabel 1. 5 Hasil Pra-Survey Brand Image	11
Tabel 1. 6 Hasil Pra-Survey Electronic Word of Mouth.....	12
Tabel 1. 7 Hasil Pra-Survey Minat Beli	13
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3. 1 Operasional Variabel Penelitian.....	63
Tabel 3. 2 Skala Likert	65
Tabel 3. 3 Jadwal Penelitian.....	75
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	95
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	97
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	98
Tabel 4. 4 Kriteria Interpretasi Variabel	101
Tabel 4. 5 Deskripsi Instrumen Variabel Green Marketing (X1)	102
Tabel 4. 6 Deskripsi Instrumen Variabel Brand Image (X2).....	103
Tabel 4. 7 Deskripsi Instrumen Variabel Electronic Word of Mouth (X3)	105
Tabel 4. 8 Deskripsi Instrumen Variabel Minat Beli (Y).....	108
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Green Marketing (X1).....	111
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Brand Image (X2)	112
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Electronic Word of Mouth (X3)	113
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Minat Beli (Y).....	114
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas Green Marketing (X1).....	116
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas Brand Image (X2).....	116
Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas Electromic Word of Mouth (X3).....	117
Tabel 4. 16 Hasil Uji Reliabilitas Minat Beli (Y)	118
Tabel 4. 17 Regresi Linear Berganda.....	119
Tabel 4. 18 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	122
Tabel 4. 19 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	124
Tabel 4. 20 Hasil Uji Koefisien Determinasi	126

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Proses Keputusan Pembelian	44
Gambar 2. 2 Kerangka Teoritis	51
Gambar 2. 3 Kerangka Berpikir	52
Gambar 3. 1 Jumlah Pengikut Instagram @avoskinbeauty tanggal 13 Februari 2024.....	55
Gambar 4. 1 Logo PT AVO Innovation Technology.....	83
Gambar 4. 2 Logo Produk Avoskin	83
Gambar 4. 3 Konsep Perolehan Data Green Marketing (X1)	90
Gambar 4. 4 Konsep Perolehan Data Brand Image (X2).....	91
Gambar 4. 5 Konsep Perolehan Data Electronic Word of Mouth (X3)	92
Gambar 4. 6 Konsep Perolehan Data Minat Beli (Y)	93
Gambar 4. 7 Diagram Pie Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	96
Gambar 4. 8 Diagram Pie Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	98
Gambar 4. 9 Diagram Pie Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	100

