

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian	7
F. Kerangka Pemikiran.....	8
G. Hipotesis Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
A. Manajemen	20
B. Pemasaran.....	22
C. Manajemen Pemasaran	24
D. <i>Green Marketing</i>	28
E. Minat Beli.....	29
F. Keputusan Pembelian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Metode Penelitian	33
B. Populasi Dan Sampel	34

C.. Jenis Data dan Sumber Data	36
D. Variabel Penelitian.....	37
E. Teknik Pengumpulan Data	42
F.. Teknik Analisis Data	42
G. Lokasi Waktu Dan Penelitian.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
A. Gambaran Umum Perusahaan	54
B. Analisis Karakter Responden	55
C.. Analisi Deskriptif	58
D. Pengujian Instrumen Penelitian	86
E. Uji Hipotesis.....	90
F.. Pembahasan Penelitian	98
BAB V PENUTUP.....	105
A. Kesimpulan.....	105
B. Saran	106
DAFTAR PUSTAKA.....	107
LAMPIRAN	110



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Minat beli Kedai Kopi Sarasa Tasikmalaya Tahun 2019-20207	3
Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Data Jumlah Konsumen Kedai Kopi Sarasa	34
Tabel 3.2 Operasional Variabel	39
Tabel 3.3 Klasifikasi Koefisien Realibilitas	45
Tabel 3.4 Jadwal dan tempat penelitian	51
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4.3 Data Dekriptif Total Skor.....	58
Tabel 4.4 Klasifikasi Penilaian Variabel X1	59
Tabel 4.5 Saya Menyukai Produk Kopi Sarasa Dengan Bahan Daur Ulang.....	59
Tabel 4.6 Saya Bersedia Membayar Mahal Produk Ramah Lingkungan	61
Tabel 4.7 Kopi Sarasa Cukup Mudah Dijangkau Oleh Warga Tasikmalaya	61
Tabel 4.8 Saya Mengetahui Pesan-pesan Yang Disampaikan Produk Kopi Sarasa	62
Tabel 4.9 Saya Menyukai Produk Kopi Sarasa Karena Mengkampanyaken Produk Ramah Lingkungan Dan Peduli Masalah Sosial.....	62
Tabel 4.10 Kopi Sarasa Memberikan Motivasi Untuk Cinta Lingkungan.....	63
Tabel 4.11 Harga Produk Kopi Sarasa Relatif Mahal Dibanding Produk lain.....	64
Tabel 4.12 Jumlah Kedai Kopi Sarasa Sudah Cukup Banyak.....	64
Tabel 4.13 Dikedai Kopi Sarasa Sudah Tersedia Produk Yang Kita Inginkan	65
Tabel 4.14 Rekapitulasi Responden Variabel X1	65
Tabel 4.15 Klasifikasi Penilaian Indikator Variabel X1	67
Tabel 4.16 Klasifikasi Penilaian Variabel Mediasi	68
Tabel 4.17 Saya Berusaha Mencari Informasi Lebih Lanjut Mengenai Kedai Kopi Sarasa	69
Tabel 4.18 Saya Tetap Mencari Informasi Produk Kopi Sarasa Walaupun Telah Mengenal Produk Lain.....	70
Tabel 4.19 Saya Ingin Mencari Informasi Tentang Produk Kopi Sarasa Setelah Melihat Iklan Produk Kopi Sarasa.....	70
Tabel 4.20 Saya Bersedia Merekomendasikan Produk Kopi Sarasa Kepada	



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Teman-teman saya	71
Tabel 4.21 Saya Akan Mempromosikan Produk Kedai kopi Sarasa	72
Tabel 4.22 Saya Akan Menceritakan Pengalaman Positif Setelah Berkunjung Ke Kedai kopi Sarasa	72
Tabel 4.23 Saya Mempertimbangkan Untuk Membeli Produk Kopi Sarasa	73
Tabel 4.24 Saya Tertarik Mmebeli Produk Kopi Sarasa Setelah Mengetahui Iklan Produk Kopi Sarasa.....	74
Tabel 4.25 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Mediasi	74
Tabel 4.26 Klasifikasi Penelilaian Variabel Mediasi	76
Tabel 4.27 Klasifikasi Penilaian Variabel Y	78
Tabel 4.28 Menurut Saya Produk Kopi Sarasa Sudah Sesuai Dengan Kebutuhan Dan Keinginan Saya.....	78
Tabel 4.29 Saya Mendapatkan Informasi Tentang Kopi Sarasa Dari Teman-teman Saya.....	79
Tabel 4.30 Menurut Saya Iklan Dan Media Sosial Sangat Gencar Memberikan Informasi Tentang Produk Kopi Sarasa	79
Tabel 4.31 Menurut Saya Informasi Mengenai Produk Sarasa Sangat Mudah Untuk Didapatkan.....	80
Tabel 4.33Menurut Saya Produk Kopi Sarasa Sesuai Dengan Harapan Saya	81
Tabel 4.34 Menurut Saya Produk Kopi Sarasa Merupakan Pilihan Pembelian Pertama.....	82
Tabel 4.35 Menurut Saya Setelah Mmepertimbangkan Berbagai Aspek Saya Memutuskan Untuk Mmebeli Produk Kopi Sarasa	83
Tabel 4.36 Rekapittulasi Jawaban Responden Variabel Y.....	85
Tabel 4.37 Hasil Uji Validitas	87
Tabel 4.38 Hasil Uji Reabilitas X1	89
Tabel 4.39 Hasil Uji Reabilitas Mediasi	89
Tabel 4.40 Hasil Uji Reabilitas Y	90
Tabel 4.41 Hasil Pengujian Regresi Berganda	91
Tabel 4.42 <i>Green Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian	92
Tabel 4.43 <i>Green Marketing</i> Terhadap Minat Beli	93
Tabel 4.44 Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian	95
Tabel 4.45 <i>Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Minat Beli</i>	97



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran	13
Gambar 4.1 Diagram Usia Responden.....	13
Gambar 4.2 Diagram Jenis Kelamin.....	13
Gambar 4.3 Hasil Perhitungan Uji Sobel.....	13





uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG