

DAFTAR ISI

Persetujuan Pembimbing.....	ii
Pengesahan.....	iii
Pernyataan Keaslian Tulisan	iv
Motto	v
Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Lampiran	xii
Pedoman Transliterasi Arab Latin.....	xiv
Abstrak	xxiii
Abstract	xxiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah.....	8
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian.....	10
E. Kegunaan Penelitian.....	11
F. Ruang Lingkup Penelitian.....	12
G. Penegasan Variabel.....	13
H. Sistematikan Penelitian	18
BAB II LANDASAN TEORI	20
A. <i>Theory of Planned Behavior</i>	20
B. <i>Green Marketing</i>	24
C. Gaya Hidup	31
D. Keputusan Pembelian.....	34
E. Produk Minuman Kemasan Ramah Lingkungan	38
F. Penelitian Terdahulu.....	40

G. Kerangka Teori.....	49
H. Hipotesis Penelitian.....	50
BAB III METODE PENELITIAN	52
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	52
B. Lokasi penelitian	53
C. Variabel dan Pengukuran.....	53
D. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian.....	55
E. Instrumen Penelitian.....	58
F. Teknik Pengumpulan Data	60
G. Analisis Data	61
H. Tahapan Penelitian	71
BAB IV HASIL PENELITIAN	73
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	73
B. Profil Responden.....	73
C. Karakteristik Responden	74
D. Deskripsi Variabel Penelitian	77
E. Analisis Data	91
BAB V PEMBAHASAN	100
A. Pengaruh Strategi <i>Green Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian	100
B. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian.....	105
C. Pengaruh Strategi <i>Green Marketing</i> dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian	109
BAB VI PENUTUP	114
A. Kesimpulan	114
B. Saran.....	114
DAFTAR PUSTAKA.....	116
LAMPIRAN.....	123

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Sampah per-Kecamatan Di Kabupaten Trenggalek Tahun 2025	3
Tabel 2 Penelitian Terdahulu	41
Tabel 3 Skala Pengukuran Likert	55
Tabel 4 Kisi-kisi Instrumen Penelitian	58
Tabel 5 Hasil Uji Validitas	62
Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 7 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	74
Tabel 8 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	75
Tabel 9 Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	75
Tabel 10 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	76
Tabel 11 Karakteristik Responden berdasarkan Penghasilan Perbulan	76
Tabel 12 Deskripsi Variabel <i>Green Marketing</i>	77
Tabel 13 Deskripsi Variabel Gaya Hidup	82
Tabel 14 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	86
Tabel 15 Uji Normalitas	91
Tabel 16 Uji Linieritas <i>Green Marketing</i> (X_1) dengan Keputusan Pembelian (Y)	92
Tabel 17 Uji Linieritas Gaya Hidup (X_2) dengan Keputusan Pembelian (Y)	93
Tabel 18 Uji Multikolonieritas	94
Tabel 19 Uji Heteroskedastisitas	94
Tabel 20 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	95
Tabel 21 Hasil Uji T	97
Tabel 22 Hasil Uji F	98
Tabel 23 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi.....	99