

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	1
HALAMAN PENGESAHAN	2
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	3
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	4
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	6
ABSTRAK	7
ABSTRACT	8
INTISARI	9
KATA PENGANTAR	11
DAFTAR ISI	13
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	1
1.3. Tujuan Penelitian	2
1.4. Manfaat Penelitian	2
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1. Packaging Product	13
2.1.1. Definisi Packaging Product (Kemasan Produk)	13
2.1.2. Fungsi Kemasan (Packaging)	15
2.2. Green Marketing	17
2.2.1. Definisi Green Marketing	17
2.2.2. Manfaat Green Marketing	18
2.3. Celebrity Endorser	19
2.3.1. Definisi Celebrity Endorser	19
2.3.2. Pertimbangan Pemilihan Celebrity Endorser	20
2.4. Brand Loyalty	21

2.4.1.	Pengertian Brand Loyalty (Loyalitas Merek)	21
2.5.	Pengembangan Hipotesis	22
2.5.1.	Pengaruh Packaging Product Terhadap Celebrity Endorser	23
2.5.2.	Pengaruh Green Marketing Terhadap Celebrity Endorser	23
2.5.3.	Pengaruh Packaging Product Terhadap Brand Loyalty	24
2.5.4.	Pengaruh Green Marketing Berpengaruh Terhadap Brand Loyalty	25
2.5.5.	Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Brand Loyalty	25
2.6.	Model Empirik Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1.	Jenis Penelitian	28
3.2.	Populasi dan Sampel	28
3.2.1.	Populasi	28
3.2.2.	Sampel	29
3.3.	Sumber dan Jenis Data	29
3.3.1.	Primer	30
3.3.2.	Sekunder	30
3.4.	Metode Pengumpulan Data	30
3.5.	Variabel dan Indikator	31
3.5.1.	Indikator Packaging Product	31
3.5.2.	Indikator Celebrity Endorser	32
3.5.3.	Indikator Green Marketing	33
3.5.4.	Indikator Brand Loyalty	35
3.6.	Teknik Analisis Data	37
3.6.1.	Uji Instrumen	37
3.6.2.	Uji Asumsi Klasik	38
3.6.3.	Uji Hipotesis	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1.	Analisis Responden Penelitian	44
4.2.	Analisis Deskriptif Variabel	45

4.2.1.	Analisis Deskriptif Variabel Packaging Product	46
4.2.2.	Analisis Deskriptif Variabel Green Marketing	47
4.2.3.	Analisis Deskriptif Variabel Celebrity Endorser	48
4.2.4.	Analisis Deskriptif Variabel Brand Loyalty	49
4.3.	Uji Instrumen Penelitian	49
4.3.1.	Uji Validitas	50
4.3.2.	Uji Reliabilitas	50
4.4.	Uji Asumsi Klasik	51
4.4.1.	Uji Multikolinieritas	52
4.4.2.	Uji Heterokedastisitas	53
4.4.3.	Uji Normalitas	53
4.5.	Analisis Regresi Linear Berganda	54
4.6.	Uji Hipotesis Parsial (Uji t)	57
4.7.	Uji Hipotesis Simultan (Uji F)	59
4.8.	Uji Koefisien Determinasi	60
4.9.	Pembahasan Hasil Analisis Penelitian	61
4.9.1.	Pengaruh Packaging Product terhadap Celebrity Endorser	61
4.9.2.	Pengaruh Green Marketing terhadap Celebrity Endorser	62
4.9.3.	Pengaruh Packaging Product terhadap Brand Loyalty	63
4.9.4.	Pengaruh Green Marketing terhadap Brand Loyalty	65
4.9.5.	Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Brand Loyalty	67
BAB V PENUTUP		
5.1.	Kesimpulan	69
5.2.	Saran	70
5.3.	Keterbatasan Penelitian	72
5.4.	Agenda Penelitian Mendatang	73