

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Kepuasan Konsumen	15
2.1.2 Keputusan Pembelian	17
2.1.3 Motivasi Konsumen.....	20
2.1.4 Persepsi Kualitas	22

2.1.5 <i>Green Brand</i>	25
2.2 Variabel – Variabel Penelitian dan Pengembangan Hipotesis	27
2.2.1 Motivasi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian	27
2.2.2 Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.2.3 <i>Green Brand</i> terhadap Keputusan Pembelian	28
2.2.4 Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Konsumen	29
2.2.5 Motivasi terhadap Kepuasan Konsumen	29
2.2.6 Persepsi Kualitas terhadap Kepuasan Konsumen	30
2.2.7 <i>Green Brand</i> terhadap Kepuasan Konsumen.....	30
2.3 Model Empirik	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Jenis Penelitian.....	32
3.2 Populasi dan Sampel	32
3.2.1 Populasi.....	32
3.2.1 Sampel	32
3.3 Sumber dan Metode Pengumpulan Data	33
3.3.1 Sumber Data.....	34
3.3.2 Metode Pengumpulan Data.....	34
3.4 Variabel dan Indikator.....	35
3.5 Teknik Analisis Data	37
3.5.1 Uji Kualitas Data	37
3.5.1.1 Uji Validitas	38
3.5.1.2 Uji Reliabilitas	38

3.5.2 Uji Asumsi Klasik	39
3.5.2.1 Uji Normalitas	39
3.5.2.2 Uji Multikolinearitas	39
3.5.2.1 Uji Heterokendastisitas	40
3.5.3 Analisis Regresi Berganda	40
3.5.4 Uji Hipotesis.....	41
3.5.6 <i>Path Analysis</i>	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian	44
4.1.1 Identifikasi Berdasarkan jenis Kelamin.....	44
4.1.2 Identifikasi Berdasarkan Usia	45
4.1.3 Identifikasi Berdasarkan Pekerjaan	45
4.2 Analisis Deskriptif	46
4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Motivasi Konsumen	47
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kualitas	48
4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel <i>Green Brand</i>	49
4.2.4 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	50
4.2.5 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen.....	51
4.3 Uji Kualitas data.....	52
4.3.1 Uji Validitas	52
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	54
4.4 Uji Asumsi Klasik	54
4.4.1 Uji Normalitas	55

4.4.2 Uji Multikolinieritas	55
4.4.3 Uji Heterokendastisitas	56
4.5 Analisis Regresi Berganda.....	57
4.6 Koefisien Determinasi	60
4.7 Uji Hipotesis	60
4.7.1 Pengaruh Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.....	60
4.7.2 Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian.....	61
4.7.3 Pengaruh <i>Green Brand</i> Terhadap Keputusan Pembelian	61
4.7.4 Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Konsumen	62
4.7.5 Pengaruh Motivasi Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen	62
4.7.6 Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Kepuasan Konsumen	62
4.7.7 Pengaruh <i>Green Brand</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	63
4.8 Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Pengaruh Total.....	63
4.8.1 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	64
4.9 Pengujian Intervening.....	65
4.10 Pembahasan	66
4.10.1 Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Pembelian	67
4.10.2 Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Keputusan	

Pembelian.....	67
4.10.3 Pengaruh <i>Green Brand</i> terhadap Keputusan	
Pembelian.....	68
4.10.4 Pengaruh Motivasi terhadap Kepuasan Konsumen.....	69
4.10.5 Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Kepuasan	
Konsumen	70
4.10.6 Pengaruh <i>Green Brand</i> terhadap Kepuasan Konsumen.....	71
4.10.7 Pengaruh Keputusan Pembelian terhadap	
Kepuasan Konsumen	71
BAB V PENUTUP	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	xvii
LAMPIRAN	
Lampiran Kuesioner	
Lampiran Data Mentah	
Lampiran Hasil Uji SPSS	
Lampiran T-tabel	
Lampiran R-tabel	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Global Green Brands Award</i>	9
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel.....	35
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	44
Tabel 4.2 Usia Responden.....	45
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden.....	46
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Mengenai Motivasi Konsumen	47
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Kualitas	48
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai <i>Green Brand</i>	49
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian.....	50
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Konsumen.....	52
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	53
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.11 Uji Normalitas	55
Tabel 4.12 Uji Multikolinieritas	56
Tabel 4.13 Uji Heterokendastisitas	57
Tabel 4.14 Ringkasan Hasil Perhitungan Regresi Berganda.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Data Penjualan Sepeda Motor Di Indonesia	6
Gambar 2.1 Tahapan Proses Keputusan Pembelian	18
Gambar 2.2 Model Empirik.....	31
Gambar 4.1 Nilai Jalur Path Tiap Hubungan Variabel	64