Perpustakaan Unika

ANALISIS PENGARUH PRODUK HIJAU, HARGA HIJAU, DAN PROMOSI HIJAU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA PGM-FI (STUDI KASUS PADA MAHASISWA S1 UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA DI KOTA SEMARANG)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan

Program Sarjana (S1) Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang

Disusun Oleh:

NAMA : YESSI SETIAWAN SANTOSO

NIM : 09.30.0052

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2012

Perpustakaan Unika

ANALISIS PENGARUH PRODUK HIJAU, HARGA HIJAU, DAN PROMOSI HIJAU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA PGM-FI (STUDI KASUS PADA MAHASISWA S1 UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA DI KOTA SEMARANG)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan

Program Sarjana (S1) Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang

Disusun Oleh:

NAMA : YESSI SETIAWAN SANTOSO

NIM : 09.30.0052

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2012

Perpustakaan Unika

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama	: Yessi Setiawan Santoso
NIM	: 09.30.0052
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	: Manajemen
Judul	: ANALISIS PENGARUH PRODUK HIJAU, HARGA HIJAU, DAN PROMOSI HIJAU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA PGM-FI (STUDI KASUS PADA MAHASISWA S1 UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA DI KOTA SEMARANG)
Dosen Pembimbing	: Drs. Sentot Suciarto Athanasius, MP., Ph.D

Disetujui di Semarang, 22 Januari 2013

Dosen Pembimbing

(Drs. Sentot Suciarto A, MP., Ph.D)

Perpustakaan Unika

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI DENGAN JUDUL :

ANALISIS PENGARUH PRODUK HIJAU, HARGA HIJAU,

DAN PROMOSI HIJAU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

SEPEDA MOTOR HONDA PGM-FI

(STUDI KASUS PADA MAHASISWA S1

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA DI KOTA SEMARANG)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama	: Yessi Setiawan Santoso
NIM	: 09.30.0052
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	: Manajemen

Telah dipertahankan di depan Penguji pada hari / tanggal : 22 Januari 2013

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen

Tim Penguji,

Penguji 1	Penguji 2	Penguji 3
(Berta Bekti R, SE., MSi)	(Widyanto, SE., MM)	(Drs. Sentot Suciarto A, MP., Ph.D)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

(Prof. Vincent Didiek Wiet Aryanto, Ph. D)

Perpustakaan Unika

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

ANALISIS PENGARUH PRODUK HIJAU, HARGA HIJAU,

DAN PROMOSI HIJAU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

SEPEDA MOTOR HONDA PGM-FI

(STUDI KASUS PADA MAHASISWA S1

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA DI KOTA SEMARANG)

benar-benar merupakan karya saya. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi, dan atau bentuk kecurangan-kecurangan lain, saya bersedia untuk menerima sanksi dalam bentuk apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Semarang, 22 Januari 2013

(Yessi Setiawan Santoso)

Perpustakaan Unika

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

TUHAN adalah gembalaku, takkan kekurangan aku.

Mazmur 23 : 1

Skripsi ini, penulis persembahkan untuk :

TUHAN YESUS KRISTUS

Papi, Mami, Nyo Bie, dan Xiao San

Perpustakaan Unika

ABSTRACT

The location of this research was taking place at the Soegijapranata Catholic University, Semarang with a population of all college student in Unika Soegjapranata who uses Motorcycle Honda PGM-FI. A method of sampling used is non-probability of sampling and accidental of sampling. The sample by means of a spread a questionnaire to students who are caught were nabbed in the parking lot of Yustinus, Albertus, Thomas Aquinas, Mikael, Antonius, and Henricus Constant Building. In the study the number of samples specified 50 respondents. Data analysis techniques used in this research is the analysis of regression.The analysis can be known that there are significant influence between green products variables, green price, and green promotion of the purchase decision and together with equation Y = 5.840 -0,038A + 0,002B + 0,557C. While in partial found that only green promotion variable influential significant. In conclusion, the result showed that variable promotion green exerts a positive of the purchase decision motorcycle Honda PGM-FI. Meanwhile, advice obtained from this research is a manufacturer or dealer can develop their promotion, for example through the personal selling directly to consumers and his family. To products and price, in the product must remain developed, and in the price producers must be shows profit to be gained by attractive appearance.

Keywords: Green Products, Green Pricing, Green Promotion, Purchase Decision.

Perpustakaan Unika

ABSTRAKSI

Lokasi penelitian ini mengambil tempat di Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang dengan populasi seluruh mahasiswa/i yang menggunakan Sepeda Motor Honda PGM-Fi. Metode sampling yang digunakan adalah *non-probability sampling* dan *accidental sampling*. Pengambilan sampel dengan cara menyebar kuesioner ke mahasiswa/i yang kedapatan ditemui di sepanjang tempat parkir Gedung Yustinus, Albertus, Thomas Aquinas, Mikael, Antonius, dan Henricus Constant. Dalam penelitian jumlah sampel ditetapkan 50 responden. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi. Dari hasil analisis dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Produk Hijau, Harga Hijau, dan Promosi Hijau terhadap Keputusan Pembelian secara simultan dengan persamaan Y = 5.840 -0,038A + 0,002B + 0,557C. Sedangkan dalam parsial ditemukan bahwa hanya variabel Promosi Hijau yang berpengaruh signifikan. Sebagai kesimpulan, hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Promosi Hijau memberikan pengaruh yang positif terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda PGM-FI. Sedangkan, saran yang diperoleh dari penelitian ini adalah Produsen ataupun dealer dapat mengembangkan promosinya, misalnya melalui personal selling langsung terhadap konsumen dan keluarganya. Untuk Produk dan Harga, dalam produk harus tetap dikembangkan, dan dalam penetapan harga produsen harus dapat menunjukkan keuntungan yang akan didapat dengan penampilan yang menarik.

Kata kunci : Produk Hijau, Harga Hijau, Promosi Hijau, Keputusan Pembelian.

Perpustakaan Unika

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **ANALISIS PENGARUH PRODUK HIJAU, HARGA HIJAU, DAN PROMOSI HIJAU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA PGM-FI**

(STUDI KASUS PADA MAHASISWA S1 UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA DI KOTA SEMARANG)

Penulis menyadari penyusunan skripsi ini dapat selesai dengan tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, petunjuk, saran serta motivasi dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hari ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak –pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini khususnya kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus, juru selamat ku yang hidup dan tak pernah meninggalkan ku seorang diri.
2. Prof. Vincent Didiek Wiet Aryanto., Phd selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNIKA Seogijapranata Semarang
3. Drs. Sentot Suciarto Athanasius, MP., Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan perhatiannya dalam proses penyusunan skripsi ini,
4. Ch. Tri Harjanti, SE., M.Si. selaku dosen wali yang telah memberikan bimbingan kepada penulis selama masa perkuliahan, & keluarga HMPSM 2011, 2012 tercinta.
5. A. Posmaria Setiasiwi Sitohang, SE., M.Si selaku Dosen Program Studi Manajemen yang memberikan dukungan,kasih sayang maupun ide-ide yang menggugah kreativitas dari penulis.
6. J. Wijanto Hadipuro, SE., MT selaku Dosen Program Studi Manajemen yang selalu memberikan motivasi & senyum yang membuat penulis semangat mengerjakan Skripsi ini
7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNIKA Soegijpranata yang telah mendidik & membekali penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan dalam bakti pendidikannya.
8. Segenap Tenaga Kependidikan Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis, yang membantu penulis di setiap tahun ajaran.
9. Responden yang berkenan membantu penulis dengan berpartisipasi dalam pengisian kuesioner yang digunakan untuk keperluan penelitian.
10. Orang tua penulis, Papi dan Mami yang senantiasa memberikan perhatian, doa, dan semangat kepada penulis, serta keluarga penulis, adik-adik Nyo Bi dan Xiao San. Serta Keluarga Besar Papi dan Mami, Emak, Empek, Uwak, Koko, Cece, dan adik-adik serta keponakan penulis.

Perpustakaan Unika

11. Ferdinandus Hindiarto, S.Psi., Msi dan staff: Pak Agustinus Eko, Pak Totok, Pak Matius Sutikno, serta Teman-teman Supervisor, Co-Trainer serta Trainer Awaken The Giant Within (ATGW) 2009, 2010, 2011, 2012 yang berproses bersama-sama.
12. Dr. Drs. A. Rachmad Djati Winarno, MS, Lita Widyo Hastuti, S.Psi., M.Si , Cicilia Tanti Utami, S.Psi, MA serta teman-teman Peer Educator (PE) VII yang perhatian.
13. Team Biro Komunikasi dan Rekruitmen Mahasiswa (BKRM) dan Team Students Get Students (SGS), Biro Administrasi dan Akademik (BAAK) dan Biro Administrasi Keuangan (BAK) yang berjuang menembus target 1600 mahasiswa 2012.
14. Team Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) dan APL/DPL yang berproses bersama mengabdi kepada Unika dan Masyarakat.
15. Team International Office dan Webmaster Unika yang telah berbagi keceriaan dalam keseharianku.
16. Semua teman penulis yang telah memberikan berbagai dukungan dan bantuan. Connect Group Childrens of Light, God's Arrows, d'True Worshippers, dan Gereja Mawar Sharon Tower of Victory.
17. Saudari Agatha Gustin Anggarini, sebagai Kakak Pembimbing Bayangan, yang telah membantu saya di tengah badai keputusasaan.
18. Saudari Melly Isabella yang terus memotivasi saya setiap saat.
19. Saudari Diana Gunawan, yang telah memberikan penerangan pada penulis tepat pada waktunya.
20. Segenap Jemaat GPdI COTW (Gereja Pantekosta di Indonesia Church On The Way) Temanggung, sebagai gereja lokal dimana saya bertumbuh.
21. Pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Penulis memohon maaf sekiranya penyajian maupun pembahasan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, khususnya bidang manajemen pemasaran.

Semarang, 22 Januari 2012

Penulis

Perpustakaan Unika

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PERSETUJUAN ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN v
ABSTRAKSI vi
ABSTRACT viii
KATA PENGANTAR x
DAFTAR ISI xii
DAFTAR TABEL xiv
DAFTAR GAMBAR xvi
DAFTAR LAMPIRAN xvii
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Perumusan Masalah 11
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian 12
1.3.1 Tujuan Penelitian 12
1.3.2 Manfaat Penelitian 13
1.4 Sistematiaka Penulisan 14
BAB II LANDASAN TEORI 15
2.1Pemasaran Hijau *(Green Marketing)* 15
2.1.1 Sejarah Singkat Pemasaran Hijau (*Green Marketing)* 16
2.1.2 Pengertian Pemasaran Hijau *(Green Marketing)* 17
2.1.3 Tujuan Penerapan Green Marketing 18
2.1.4 Manfaat Penerapan *Green Marketing* 19
2.1.5 Komponen-komponen *Green Marketing* 20
2.2 Bauran Pemasaran Hijau *(Green Marketing Mix* 22
2.2.1 Produk Hijau *(Green Product)*..... 24
2.2.1.1 Karakteristik Produk Hijau 24
2.2.2 Harga Hijau *(Green Price)* 32
2.2.3 Promosi Hijau (*Green Promotion)* 35
2.2.3.1 Periklanan Hijau (*Green Advertising)* 38
2.2.3.1.1 Pengertian Periklanan 38
2.2.3.1.2 *Green Advertisement* 38
2.2.3.1.3 Hakekat *Green Advertising* 39

Perpustakaan Unika

2.2.3.1.4 Tujuan Periklanan 42
2.2.3.1.5 Jenis Iklan 43
2.3 Perilaku Konsumen 44
2.3.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen 45
2.4 Keputusan Pembelian 49
2.4.1 Tahap Pembentukan Keputusan Pembelian 52
2.5 Sepeda Motor Honda PGM-FI 56
2.6 Kelebihan Sepeda Motor Honda PGM-FI 60
2.7 Penelitian Terdahulu 61
2.8 Hasil Wawancara dan Pengamatan 67
2.9 Kerangka Pikir 70
2.10 Hipotesis 71
2.11 Definisi Operasional Variabel 72
2.11.1 Definisi Operasional 72
2.11.2 Pengukuran Variabel 74
BAB III Metode Penelitian 80
3.1. Obyek dan Lokasi Penelitian 80
3.2. Populasi, dan Sampel 80
3.3. Teknik Pengumpulan Data 82
3.3.1. Jenis Data 82
3.3.2. Sumber Data 82
3.3.3. Teknik Pengumpulan Data 82
3.4. Uji Validitas dan Reliabilitas 84
3. 5 Teknik Analisis Data 89
3.5.1. Teknik Pengolahan 89
3.5.2. Alat Analisis Data 89
3.5.3. Pengujian Hipotesis 91
3.5.3.1 Untuk Menguji Hipotesis Produk Hijau, Harga Hijau dan Promosi Hijau terhadap Keputusan Pembelian secara bersama-sama/simultan 93
3.5.3.2 Untuk Menguji Hipotesis Produk Hijau, Harga Hijau dan Promosi Hijau terhadap Keputusan Pembelian secara sendir-sendiri atau parsial 96
3.5.3.2.1 Untuk Menguji Hipotesis Produk Hijau terhadap Keputusan Pembelian 97
3.5.3.2.2 Untuk Menguji Hipotesis Harga Hijau terhadap Keputusan Pembelian 98

Perpustakaan Unika

3.5.3.2.3 Untuk Menguji Hipotesis Promosi Hijau terhadap Keputusan Pembelian 100
BAB IV ANALISIS PENELITIAN 102

4.1. Gambaran Umum Responden 102
4.1.1 Gender, Usia, Fakultas-Program Studi, dan Angkatan Responden 103
4.1.2 Type Sepeda Motor 108

4.1.3 Frekuensi Lama Menggunakan Sepeda Motor 110

4.1.4 Frekuensi membeli bahan bakar untuk Sepeda Motor Honda PGM-FI 112

4.1.5 Pernah menonton Iklan TV Sepeda Motor Honda PGM-FI 114

4.1.6 Jenis bahan bakar yang biasa digunakan 115

4.1.7 Rata-rata pengeluaran bahan bakar 117

4.1.8 Pertimbangan membeli Sepeda Motor Honda PGM-FI 118

4.2 Tanggapan Responden 120

4.2.1 Analisis Angka Indeks 121

4.2.2 Tanggapan Responden Mengenai Produk Hijau 123

4.2.3 Tanggapan Responden Mengenai Harga Hijau 126

4.2.4 Tanggapan Responden Mengenai Promosi Hijau 129

4.2.5 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian 132

4.3 Analisis Regresi, Pembahasan, dan Pengujian Hipotesis 135
4.3.1.Regresi Produk Hijau, Harga Hijau, dan Keputusan Pembelian 135

4.3.1.1. Pembahasan Hasil Regresi Variabel Produk Hijau, Harga Hijau, dan Promosi Hijau terhadap Keputusan Pembelian 135

4.3.1.2 Pengujian Hipotesis Regresi Bersama-sama 142

4.3.2 Regresi Variabel Produk Hijau terhadap Variabel Keputusan Pembelian 144

4.3.2.1 Pembahasan Hasil Regresi Variabel ProduK Hijau terhadap Keputusan Pembelian 144

4.3.2.2. Pengujian Hipotesis Regresi Variabel Produk Hijau dengan Keputusan Pembelian 145

Perpustakaan Unika

4.3.3 Regresi Variabel Harga Hijau terhadap Variabel Keputusan Pembelian 147

4.3.3.1 Pembahasan Hasil Regresi Variabel Harga Hijau terhadap Keputusan Pembelian 147

4.3.3.2 Pengujian Hipotesis Regresi Variabel Harga Hijau terhadap Keputusan Pembelian 148

4.3.4 Regresi Variabel Promosi Hijau terhadap Variabel Keputusan Pembelian 150

4.3.4.1 Pembahasan Hasil Regresi Variabel Promosi Hijau terhadap Keputusan Pembelian 150

4.3.4.2 Pengujian Hipotesis Regresi Variabel Promosi Hijau terhadap Keputusan Pembelian 151

4.4 Kaitan dengan Penelitian Sebelumnya 153
BAB V PENUTUP 155
5.1 Kesimpulan 155
5.2 Saran 158
5.3 Keterbatasan 164

5.4 Saran Penelitian yang Akan Datang 165

DAFTAR PUSTAKA 166

LAMPIRAN 169

Perpustakaan Unika

DAFTAR TABEL

Tabel A. Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis tahun 1987-2011 5

Tabel 1 Definisi Operasional 75

Tabel 2 Item Pertanyaan Var. Produk Hijau, R Hitung, R Tabel, dan Ket. Validitas 86

Tabel 3 Item Pertanyaan Var. Harga Hijau, R Hitung, R Tabel, dan Ket. Validitas 86

Tabel 4. Item Pertanyaan Var. Promosi Hijau, R Hitung, R Tabel, dan Ket. Validitas 87

Tabel 5. Item Pertanyaan Var. Keputusan Pembelian, R Hitung, R Tabel, dan Ket. Validitas 87

Tabel 6. Item Pertanyaan Variabel, Alpha Cronbach, dan Keterangan

Reliabilitas 88

Tabel 7. Demografi: Gender, Usia, Fakultas-Program Studi, dan Angkatan Responden 103

Tabel 7.1 Crosstab Gender dengan Usia Responden 104

Tabel 7.2 Crosstab Fakultas –Jurusan dengan Usia Responden 106

Tabel 7.3 Crosstab Angkatan Tahun dengan Usia Responden 107

Tabel 8. Perhitungan Frekuensi Type Sepeda Motor 108

Tabel 8.1 Crosstab Type Sepeda Motor dan Gender 109

Tabel 9. Frekuensi Lama Menggunakan Sepeda Motor 110

Tabel 9.1 Crosstab Type Sepeda Motor dan Lama Penggunaan 111

Tabel 10. Frekuensi Pengisian BBM 112

Tabel 10.1 Crosstab Type Sepeda Motor dan Berapa Kali Membeli Bahan Bakar 113

Tabel 11. Pernah Melihat Iklan TV Sepeda Motor Honda PGM-FI 114

Tabel 12. Jenis bahan bakar yang biasa digunakan 115

Perpustakaan Unika

Tabel 12.1 Crosstab Jenis bahan bakar yang biasa digunakan untuk Sepeda Motor Honda PGM-FI ? , Jenis Kelamin dan Apakah type Sepeda Motor Honda PGM-FI yg anda pakai?..... 116

Tabel 13. Rata-rata pengeluaran bahan bakar 117

Tabel 14. Pertimbangan membeli Sepeda Motor Honda PGM-FI 118

Tabel 14.1 Crosstab Bersama siapa Anda memutuskan membeli Sepeda Motor Honda PGM-FI ? , Jenis Kelamin dan Apakah type Sepeda Motor Honda PGM-FI yg anda pakai?..... 119

Tabel 15. Perhitungan Tanggapan Responden Terhadap Variabel Produk Hijau 124

Tabel 16. Perhitungan Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga Hijau 127

Tabel 17. Perhitungan Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi Hijau 130

Tabel 18. Perhitungan Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian 133

Tabel 19. Variabel, Rata-rata, Std. Deviation, dan N 136

Tabel 20. Variabels Entered/Removed Regresi Simultan 136

Tabel 21. Model Summary Regresi Simultan (R, R Square, Adjusted R Square, Standar Error of Estimate) 137

Tabel 22. ANOVA Regresi Simultan 139

Tabel 23. Coefficients Regresi Simultan 139

Perpustakaan Unika

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen 52

Gambar 2 Kerangka Pemikiran 71

Gambar 3. Sepeda Motor yang Digunakan Responden 185

Gambar 4. Variasi Model Sepeda Motor Honda PGM-FI 186

Gambar 5. Contoh Brosur dan Promosi Sepeda Motor Honda PGM-FI 187

Gambar 6. Contoh Brosur dan Promosi Sepeda Motor Honda PGM-FI Jenis CBR 150R 187

Gambar 7. Contoh Brosur dan Promosi Sepeda Motor Honda PGM-FI Jenis Supra X 125 PGM-FI Helm-In 188

Gambar 8. Contoh Brosur dan Promosi Sepeda Motor Honda PGM-FI Produk Spacy Helm In – AT 189

Gambar 9. Contoh Brosur dan Price List 190

Gambar 10. Brosur PGM-FI 191

Gambar 11. Brosur PGM-FI dengan keunggulan yang ada 192

Gambar 12. Sistem Mesin Injeksi Honda PGM-FI 193

Perpustakaan Unika

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner 170

Lampiran 2 Data Responden dan Kuesioner 173

Lampiran 3 Skor Jawaban Responden Variabel Produk Hijau 181

Lampiran 4.Skor Jawaban Responden Variabel Harga Hijau 182

Lampiran 5 Skor Jawaban Responden Variabel Promosi Hijau 183

Lampiran 6 Skor Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian 184

Lampiran 7. Gambar-Gambar dan Kegiatan Survey 185