

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAN.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.1.2 Visi dan Misi Persuhaan.....	1
1.1.3 Logo Perusahaan.....	3
1.1.4 Produk yang ditawarkan.....	4
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	4
1.3 Indentifikasi Masalah.....	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	14
1.6 Sistematika Penulisan Skripsi.....	14

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN.....	16
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	16
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	16
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	17
2.1.3 Theory Planed Behavior (TPB).....	18
2.1.4 Pengetahuan Merek Hijau.....	20
2.1.5 Sikap pada Merek Hijau.....	21
2.1.6 Niat Beli Produk Hijau.....	23
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	24
2.2.1 Pengetahuan merek hijau dengan Sikap pada merek hijau.....	24
2.2.2 Sikap pada merek hijau dengan Niat beli produk hijau.....	24
2.2.3 Pengetahuan merek hijau dengan Sikap pada merek Hijau dan Niat beli produk hijau.....	25
2.3 Penelitian Terdahulu.....	26
2.4 Kerangka Pemikiran.....	34
2.5 Hipotesis Penelitian.....	35
2.6 Ruang Lingkup Penelitian.....	36

BAB III

METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Jenis Penelitian.....	37
3.2 Operasional Variabel.....	37
3.3 Tahapan Penelitian.....	39

3.4 Skala Pengukuran.....	41
3.5 Populasi dan Sampel.....	41
3.5.1 Populasi.....	41
3.5.2 Sampel.....	42
3.6 Teknik Pengumpulan data.....	43
3.7 Teknik Analisis data.....	44
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	44
3.7.2 Analisis Path dengan Menggunakan Permodelan SEM (structural equation modelling).....	46
3.7.3 PLS (Partial Least Square).....	46
3.7.4 Analisis Statistik Inferensial.....	48
3.7.5 Pengukuran Model (Outer Model).....	48
3.7.6 Model Struktural (Inner Model).....	51
3.7.7 Model Analisis Persamaan Struktural.....	51
3.7.8 Pengujian Hipotesis.....	52

BAB IV

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Karakter Responden.....	54
4.1.1 Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin.....	54
4.1.2 Karakteristik Responden berdasarkan usia.....	55
4.1.3 Karakteristik Responden berdasarkan pekerjaan.....	55
4.1.4 Karakteristik Responden berdasarkan pendapatan.....	56

4.1.5 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan.....	57
4.2 Analisis Deskriptif.....	57
4.2.1 Variabel Pengetahuan merek hijau.....	58
4.2.2 Variabel sikap pada merek hijau.....	60
4.2.3 Variabel Niat beli produk hijau.....	61
4.3 Analisis Verifikatif	63
4.3.1 Model Pengukuran.....	63
4.4 Model Struktural.....	66
4.4.1 Uji Hipotesis.....	68
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	71

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2.1 Saran untuk Twin Tulipware.....	75
5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN.....	82