

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Singkat Perusahaan.....	1
1.1.2 Logo Perusahaan.....	2
1.1.3 Visi dan Misi.....	2
1.2 Latar Belakang	3
1.3 Perumusan Masalah.....	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Kegunaan Penelitian.....	13
1.5.1 Secara Teoritis	13
1.5.2 Secara Praktis.....	14
1.6 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Tinjauan Pustaka	16
2.1.1 Pemasaran	16
2.1.2 <i>Green Marketing</i>	16
2.1.3 <i>Dimensi Green Marketing</i>	17
2.1.4 <i>Environmental Knowledge</i>	20
2.1.5 <i>Green Buying Behavior</i>	21
2.2 Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Kerangka Pemikiran	31

2.4 Hipotesis Penelitian	32
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Jenis Penelitian	34
3.2 Variabel Operasional	35
3.3 Tahapan Penelitian	38
3.4 Populasi dan Sampel	40
3.4.1 Populasi.....	40
3.4.2 Sampel	40
3.5 Pengumpulan Data	41
3.5.1 Sumber Data	41
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.6 Uji Validitas dan Reabilitas.....	42
3.6.1 Uji Validitas.....	42
3.6.2 Uji Reabilitas	44
3.7 Teknis Analisis Data	45
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	45
3.7.2 SEM (<i>Structural Equation Modelling</i>)	46
3.7.3 SEM-PLS (<i>Partial Least Square</i>).....	47
3.8 Pengujian Hipotesis	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Pengumpulan Data	49
4.2 Karakteristik Responden	49
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah Asal.....	50
4.3 Hasil Penelitian.....	50
4.3.1 Analisis Deskriptif.....	50
4.3.2 Uji Validitas dan Reabilitas	56
4.3.3 Uji Kecocokan Model.....	62
4.3.4 Uji Hipotesis	63
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	66
BAB V PENUTUP.....	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran.....	72

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	72
5.2.2 Saran Bagi Peneliti.....	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN.....	81