

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
RIWAYAT HIDUP	iv
PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	9
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek	9
1.3.2 Ruang Lingkup Objek.....	9
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat	9
1.3.4 Ruang Lingkup Waktu.....	9
1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.5.1 Bagi Peneliti	10
1.5.2 Bagi Institusi.....	10
1.5.1 Bagi Perusahaan	10
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II Landasan Teori	12
2.1 Theory of Planned Behavior	12
2.2 Manajemen Pemasaran	12
2.3 Green Marketing	13
2.3.1 Pengertian Green Marketing	13
2.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Green Marketing	14
2.3.3 Indikator Green Marketing.....	16
2.4 Minat Beli	17
2.4.1 Pengertian Minat Beli	17
2.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli	18

2.4.3 Indikator Minat Beli.....	18
2.5 Keputusan Pembelian.....	19
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	19
2.5.2 Tahapan Keputusan Pembelian	19
2.5.3 Indikator Keputusan Pembelian	21
2.6 Penelitian Terdahulu	22
2.7 Kerangka Pemikiran.....	24
2.8 Kerangka Penelitian	25
2.9 Hipotesis Penelitian.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Sumber Data.....	28
3.3 Metode Pengumpulan Data	29
3.4 Populasi dan Sampel	29
3.5 Variabel Penelitian	31
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	31
3.7 Metode Analisis Data.....	32
3.8 Model Pengukuran (Outer Model)	33
3.9 Model pengukuran (Inner model)	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Deskripsi Data.....	36
4.2 Hasil Analisis Data.....	39
4.2.1 Analisis Outer Model.....	39
4.2.2 Mengevaluasi Average Variance Extracted (AVE)	42
4.2.3 Mengevaluasi Composite Reliability	43
4.2.4 Analisis Inner Model	43
4.2.5 Nilai R-Square	44
4.2.6 Hasil Uji Kelayakan.....	45
4.2.7 Pengujian Hipotesis	46
4.3 Pembahasan	49
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	53
5.1 Simpulan	53
5.2 Saran	53

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN