

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN TESIS .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN TESIS.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	12
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	13
1.4. Manfaat Penelitian.....	13
1.5. Sistematika Penulisan .....	13
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA .....</b>	<b>15</b>
2.1. <i>Service-Dominant Logic</i> .....	15
2.2. <i>Marketing Performance</i> .....	22
2.3. <i>Green Marketing Orientation (GMO)</i> .....	24
2.3.1. <i>Strategic Green Marketing Orientation (SGMO)</i> .....	25
2.3.2. <i>Tactical Green Marketing Orientation (TGMO)</i> .....	27
2.4. <i>Competitive Advantage</i> .....	29
2.5. Telaah Penelitian Terdahulu.....	31

2.6. Pengembangan Hipotesis .....	33
2.6.1. Pengaruh <i>Strategic Green Marketing Orientation</i> dan <i>Tactical Green Marketing Orientation</i> terhadap <i>Competitive Advantage</i> .....	33
2.6.2. Pengaruh <i>Competitive Advantage</i> terhadap <i>Marketing Performance</i> .....	34
2.7. Kerangka Pemikiran Teoritis .....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	37
3.1. Jenis dan Sumber Data .....	37
3.2. Populasi dan Sampel .....	37
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	38
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	41
3.5. Teknik Analisis.....	42
3.5.1. Evaluasi <i>Outer Model (Measurement Model)</i> .....	44
3.5.1.1. Uji Validitas .....	45
3.5.1.2. Uji Reliabilitas .....	45
3.5.1.3. Uji Validitas Diskriminan .....	46
3.5.2. Evaluasi <i>Inner Model (Structural Model)</i> .....	46
3.5.2.1. Uji Signifikansi Pengaruh (Boostrapping).....	46
3.5.2.2. Koefisien Determinasi/ Coefficients of Determination (R-Square) .....	46
3.5.2.3. Pengujian Mediasi.....	47
<b>BAB IV ANALISIS DATA</b> .....	48
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian dan Data Deskriptif .....	48
4.2. Proses dan Hasil Analisis/ Komputansi Data .....	59
4.2.1. Evaluasi <i>Outer Model (Measurement Model)</i> .....	59
4.2.1.1. Uji Validitas .....	59
4.2.1.2. Uji Reliabilitas .....	63
4.2.1.3. Uji Validitas Diskriminan .....	65
4.3. Pengujian Hipotesis atau Pernyataan Penelitian.....	65

4.3.1. Evaluasi Inner Model (Uji Signifikansi Pengaruh)	
<i>Boostrapping</i> .....	65
4.4. Pembahasan .....	68
4.4.1 Pengaruh <i>Strategic Green Marketing Orientation</i> terhadap	
<i>Competitive Advantage</i> .....	69
4.4.2 Pengaruh <i>Tactical Green Marketing orientation</i> terhadap	
<i>Competitive Advantage</i> .....	71
4.4.3 Pengaruh <i>Competitive Advantage</i> terhadap <i>Marketing</i>	
<i>Performance</i> .....	72
4.4.4 Pengaruh <i>Competitive Advantage</i> sebagai <i>intervening variable</i>	
(variabel mediasi) .....	73
<b>BAB V SIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN</b> .....	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Implikasi Teoritis.....	76
5.3 Implikasi Manajerial.....	78
5.4 Keterbatasan Penelitian dan Saran.....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	80
<b>LAMPIRAN</b> .....	87
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	90

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	<i>Research Gap</i> .....	6
Tabel 1. 2	Data Perkembangan UMKM dan UB Indonesia Tahun 2015-2019 .....	9
Tabel 1. 3	Persentase Peningkatan Perkembangan UMKM dan UB Indonesia Tahun 2015-2019 .....	11
Tabel 2. 1	Proposisi Dasar dari <i>Goods Dominant Logic</i> dan <i>Service Dominant Logic</i> .....	17
Tabel 2. 2	Perubahan Proposisi Dasar dari Teori <i>Service Dominant Logic</i> .....	19
Tabel 2. 3	Hasil Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3. 1	Penjabaran Variabel dan Indikator Penelitian .....	38
Tabel 4. 1	Objek Penelitian berdasarkan Tahun Usaha Berdiri.....	48
Tabel 4. 2	Objek Penelitian berdasarkan Lokasi .....	50
Tabel 4. 3	Objek Penelitian berdasarkan Jenis Usaha .....	51
Tabel 4. 4	Objek Penelitian berdasarkan Sektor Usaha .....	52
Tabel 4. 5	Responden Penelitian berdasarkan Jabatan .....	54
Tabel 4. 6	Responden Penelitian berdasarkan <i>Awareness Konsep Green Marketing</i> .....	55
Tabel 4. 7	Responden Penelitian berdasarkan Pemahaman Awal Mengenai <i>Konsep Green Marketing</i> .....	56
Tabel 4. 8	Responden Penelitian berdasarkan Penerapan <i>Konsep Green Marketing</i> .....	57
Tabel 4. 9	Responden Penelitian berdasarkan Persepsi Bahwa <i>Konsep Green Marketing</i> Berdampak Meningkatkan <i>Marketing Performance</i> .....	57
Tabel 4. 10	Pengujian Validitas berdasarkan <i>Loading Factor</i> .....	59
Tabel 4. 11	Pengujian Validitas berdasarkan <i>Loading Factor</i> Tahap 2.....	60
Tabel 4. 12	Pengujian Validitas berdasarkan AVE .....	62
Tabel 4. 13	Pengujian Validitas berdasarkan CR .....	63
Tabel 4. 14	Pengujian Validitas berdasarkan CA .....	64
Tabel 4. 15	Pengujian Validitas Diskriminan .....	65
Tabel 4. 16	Uji Hipotesis .....	66
Tabel 4. 17	Koefisiensi Determinasi (R-Square).....	67
Tabel 4. 18	Pengujian Mediasi.....	67

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Perkembangan Jumlah UMKM Indonesia Tahun 2015-2019. 9	
Gambar 1. 2	Perkembangan Persen Jumlah Unit UMKM Indoensia Tahun 2015-2019.....	10
Gambar 2. 1	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	36
Gambar 3. 1	Diagram Model Struktural SmartPLS .....	43
Gambar 3. 2	Diagram Alur Analisis Outer Model .....	44
Gambar 4. 1	Objek Penelitian berdasarkan Tahun Usaha Berdiri .....	49
Gambar 4. 2	Data UMKM berdasarkan Pengelompokkan Tahun Berdiri ....	49
Gambar 4. 3	Objek Penelitian berdasarkan Jenis Usaha .....	52
Gambar 4. 4	Objek Penelitian berdasarkan Sektor Usaha.....	53
Gambar 4. 5	Responden Penelitian berdasarkan Jabatan .....	54
Gambar 4. 6	Responden Penelitian berdasarkan <i>Awareness</i> Konsep <i>Green Marketing</i> .....	55
Gambar 4. 7	Responden Penelitian berdasarkan Pemahaman Awal Mengenai Konsep <i>Green Marketing</i> .....	56
Gambar 4. 8	Responden Penelitian berdasarkan Penerapan Konsep <i>Green Marketing</i> .....	57
Gambar 4. 9	Responden Penelitian berdasarkan Persepsi Bahwa Konsep <i>Green Marketing</i> Berdampak Meningkatkan <i>Marketing Performance</i> .....	58
Gambar 4. 10	Pengujian Validitas berdasarkan <i>Loading Factor</i> .....	60
Gambar 4. 11	Pengujian Validitas berdasarkan <i>Loading Factor</i> Tahap 2 .....	61
Gambar 4. 12	Pengujian Validitas berdasarkan AVE .....	62
Gambar 4. 13	Pengujian Reliabilitas berdasarkan CR .....	63
Gambar 4. 14	Pengujian Reliabilitas berdasarkan CA .....	64

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	92
---------------------------------------	----