

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA</b> .....	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 <i>Green Marketing</i> .....	12
2.1.2 Citra Merek .....	18
2.1.3 <i>Environmental Knowledge</i> .....	20
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	24
2.2 Penelitian Terdahulu .....	29
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	31
2.3.1 Pengaruh <i>Green Marketing</i> Terhadap Citra Merek .....	31
2.3.2 Pengaruh <i>Green Marketing</i> Terhadap <i>Environmental Knowledge</i> .....	32
2.3.3 Pengaruh <i>Green Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.3.4 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	33
2.3.5 Pengaruh <i>Environmental Knowledge</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	34
2.4 Kerangka Pemikiran Teoretis.....	35
2.5 Hipotesis.....	36

<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	37
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	37
3.1.1 Variabel Penelitian .....	37
3.1.2 Definisi Operasional Variabel .....	38
3.2 Populasi dan Sampel .....	40
3.2.1 Populasi .....	40
3.2.2 Sampel .....	41
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	41
3.3.1 Data Primer .....	41
3.3.2 Data Sekunder .....	42
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	42
3.4.1 Studi Pustaka .....	42
3.4.2 Survey Lapangan Dengan Kuesioner .....	42
3.5 Teknik Analisis Data .....	43
<b>BAB IV HASIL DAN ANALISIS</b> .....	48
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	48
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	48
4.1.2 Gambaran Responden Penelitian .....	49
4.2 Hasil Analisis Data .....	53
4.2.1 Statistik Deskriptif .....	53
4.2.2 Hasil Pengolahan Data <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA) .....	56
4.2.3 Hasil Pengolahan Data Analisis Full Model SEM .....	62
4.3 Pembahasan .....	75
4.3.1 Pengaruh <i>Green Marketing</i> Terhadap Citra Merek .....	75
4.3.2 Pengaruh <i>Green Marketing</i> Terhadap <i>Environmental Knowledge</i> .....	76
4.3.3 Pengaruh <i>Green Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	77
4.3.4 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	78
4.3.5 Pengaruh <i>Environmental Knowledge</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	79
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	80
5.1 Kesimpulan .....	80
5.2 Implikasi Manajerial .....	82
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	83
5.4 Saran Untuk Penelitian Mendatang .....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	85

<b>LAMPIRAN</b> .....	92
-----------------------	----