

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	20
1.3 Tujuan Penelitian.....	22
1.4 Manfaat Penelitian.....	22
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	23
1.4.2 Manfaat Praktis	23
1.5 Sistematika Penulisan.....	24

BAB II	TELAAH PUSTAKA.....	26
2.1	Landasan Teori	26
2.1.1	Green Marketing	26
2.1.2	Minat Pembelian	33
2.1.3	Keputusan Pembelian.....	42
2.2	Penelitian Terdahulu.....	56
2.3	Kerangka Berfikir	66
2.4	Hipotesis Penelitian	67
BAB III	METODOLOGI.....	68
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	68
3.1.1	Variabel Penelitian.....	68
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	69
3.2	Populasi dan Sampel.....	75
3.2.1	Populasi.....	75
3.2.2	Sampel.....	75
3.3	Jenis dan Sumber Data	77
3.3.1	Jenis Penelitian.....	77
3.3.2	Sumber Data.....	78
3.4	Metode Pengumpulan Data	79
3.4.1	Kuesioner	79
3.5	Teknik Analisis Data	81
3.5.1	Analisis Deskriptif	81

3.5.2 Analisis Structural Equation Model (SEM)	82
3.5.3 Uji Sobel	94
BAB IV ANALISIS DATA DAN HASIL PENELITIAN	96
4.1 Gambaran Objek Penelitian.....	96
4.1.1 Deskripsi Umum Eco Bag Alfamart	96
4.2 Gambaran Umum Responden.....	97
4.2.1 Profil Responden.....	98
4.3 Hasil Penelitian.....	100
4.3.1 Uji Instrumen	100
4.3.2 Statistik Deskriptif	103
4.3.3 Analisis Full Model SEM	109
BAB V PENUTUP	129
5.1 Kesimpulan.....	129
5.2 Implikasi Teoritis.....	131
5.3 Implikasi Manajerial.....	133
5.4 Keterbatasan Penelitian	137
5.5 Saran	138
5.5.1 Bagi Perusahaan.....	138
5.5.2 Bagi Penelitian Selanjutnya	138
DAFTAR PUSTAKA	140
LAMPIRAN.....	143