

## DAFTAR ISI

<b>SERTIFIKASI .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN DRAFT TESIS.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>2</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	2
1.2 Perumusan Masalah .....	18
1.3 Tujuan Penelitian.....	18
1.4 Manfaat Penelitian .....	19
1.5 Sistematika Penelitian .....	20
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA .....</b>	<b>22</b>
2.1 TEORI RESEARCH BASED VIEW (RBV).....	22
2.2 KEUNGGULAN BERSAING.....	25
2.3 INOVASI PRODUK HIJAU.....	27
2.4 IMPLEMENTASI INDUSTRI HIJAU .....	32
2.4.1 Pengaruh Implementasi Industri Hijau terhadap Keunggulan Bersaing .	33
2.5 PEMASARAN HIJAU .....	35
2.5.1 Pengaruh Implementasi Pemasaran Hijau terhadap Keunggulan	

2.6	Kerangka Pemikiran.....	39
2.7	Hipotesis.....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>41</b>
3.1	Variable Penelitian Dan Definisi Operasional Penelitian .....	41
3.1.1	Variable Penelitian .....	41
3.1.2	Definisi Operasional .....	41
3.2	Populasi dan Sample .....	43
3.2.1	Populasi.....	43
3.2.2	Sample .....	43
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	44
3.3.1	Data Primer .....	44
3.3.2	Data Sekunder .....	45
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	45
3.5	Uji Kelayakan Kuisioner .....	46
3.5.1	Uji Semantik .....	46
3.5.2	Uji Indikator Variable.....	46
3.5.3	Uji Indikator Variable Hipotesis.....	52
3.6	Uji Statistik .....	64
3.7	Uji Validitas.....	64
3.8	Uji Reliabilitas .....	65
3.9	Teknik Analisis.....	65
3.9.1	Uji Asumsi SEM .....	65
3.9.2	Evaluasi Kriteria Goodness of Fit.....	67
3.10	Uji Efek Mediasi/Sobel.....	69
3.11	Uji Hipotesis .....	69
3.11.1	Pendekatan Critical Ratio.....	70
3.11.2	Pendekatan Probability Value.....	71
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>72</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	72
4.2	Gambaran Umum Responden Penelitian .....	72
4.3	Deskripsi Responden .....	73

4.2.2.1 Screening Data dan Pengujian Asumsi untuk SEM .....	77
4.2.2.2 Model Pengukuran (Conformatory Factor Analysis) .....	84
4.2.2.3 Model Struktural .....	88
4.4 Direct Effect, Indirect Effect dan Tota Effect .....	94
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>	<b>96</b>
5.1 Kesimpulan .....	96
5.2 Implikasi Teoritis.....	98
5.3 Implikasi Manajerial .....	99
5.4 Keterbatasan Penelitian .....	101
5.5 Saran Penelitian.....	101
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>103</b>
Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian .....	114
Lampiran 2. Hasil Pra-Survey .....	116
Lampiran 3. Responden Penelitian .....	118
Lampiran 4. Tabulasi Data Kuisisioner .....	123
Lampiran 5. Output SEM AMOS fullmodel .....	126