

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Visi dan Misi.....	2
1.1.2 Logo Perusahaan.....	2
1.1.3 Jenis-jenis Produk.....	3
1.1.4 Kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i> Perusahaan Tupperware.....	3
1.2 Latar Belakang.....	5
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Kegunaan Penelitian.....	10
1.5.1 Akademisi.....	10
1.5.2 Praktisi.....	10
1.6 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN.....	12
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian .....	12
2.1.1 Perilaku Konsumen .....	12
2.1.2 Teori Tindakan Beralasan ( <i>Theory of Reasoned Action</i> ) .....	12
2.1.3 Niat dan Perilaku.....	13
2.1.4 <i>Green Marketing</i> .....	15
2.1.5 Pengetahuan Lingkungan .....	18
2.1.6 Sikap ( <i>Attitude</i> ) .....	19
2.2 Penelitian Terdahulu .....	20
2.3 Kerangka Pemikiran.....	29

2.4 Hipotesis.....	30
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	30
2.5.1 Variabel Penelitian .....	31
2.5.2 Teknik Analisis .....	31
2.5.3 Lokasi dan Objek Penelitian .....	31
2.5.4 Waktu dan Periode Penelitian .....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Karakteristik Penelitian.....	33
3.2 Alat Pengumpulan Data .....	34
3.2.1 Variabel Operasional.....	34
3.2.2 Skala Pengukuran.....	41
3.3 Tahapan Pelaksanaan Penelitian .....	41
3.4 Populasi dan Sampel .....	43
3.4.1 Populasi .....	43
3.4.2 Sampel.....	44
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data .....	45
3.5.1 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.5.2 Sumber Data.....	45
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	46
3.6.1 Uji Validitas .....	46
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	48
3.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis menggunakan SEM-PLS .....	51
3.7.1 Analisis Deskriptif .....	49
3.7.2 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis menggunakan SEM-PLS..	51
3.7.2.1 Outer Model .....	52
3.7.2.2 <i>Bootstrapping Procedure</i> .....	53
3.7.3.3 Evaluasi Model Structural (Inner Model) .....	53
3.7.4 Pengujian Hipotesis.....	55
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	56
4.1 Karakteristik Responden .....	56
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57

4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	57
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	58
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	58
4.2	Hasil Analisis Deskriptif .....	59
4.2.1	Variabel <i>Green Marketing</i> .....	59
4.2.2	Variabel Pengetahuan Lingkungan .....	62
4.2.3	Variabel Sikap.....	65
4.2.4	Variabel Minat Beli.....	67
4.3	Hasil Analisis SEM-Partial Least Square .....	68
4.3.1	Hasil Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	68
4.3.2	Hasil Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	74
4.3.3	Hasil Uji Hipotesis .....	76
4.4	Pembahasan.....	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		83
5.1	Kesimpulan .....	83
5.2	Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA		