DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PENGESAHAN ii
HALAMAN PERNYATAAN iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN iv
KATA PENGANTAR v
ABSTRAK vii
ABSTRACT viii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR GAMBAR xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv

BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 1
1.1.1 Jenis Usaha, Nama Perusahaan, dan Lokasi Perusahaan 1
1.1.2 Logo Perusahaan 1
1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan 2
1.1.4 Skala Usaha, Perkembangan Usaha, dan Strategi Secara Umum 3
1.1.5 Produk Yang Ditawarkan 5
1.2 Latar Belakang Penelitian 6
1.3 Perumusan Masalah 20
1.4 Pertanyaan Penelitian 22
1.5 Tujuan Penelitian 22
1.6 Kegunaan Penelitian 23
1.6.1 Kegunaan Teoritis 23
1.6.2 Kegunaan Praktis 23
1.7 Ruang Lingkup Penelitian 23
1.8 Sistematika Penulisan 24

BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... 25
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu 25
2.1.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran..... 25
2.1.2 *Theory Planned Behaviour*..... 26
2.1.3 *Green Marketing* 28
2.1.4 *Environmental Responsibility* 31
2.1.5 *Environment Concern* 33
2.1.6 *Green Product Availability* 37
2.1.7 *Green Purchase Intention* 39
2.1.8 Hubungan Antar Variabel 42
2.1.9 Penelitian Terdahulu 49
2.2 Kerangka Penelitian..... 69
2.3 Hipotesis Penelitian 72

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 75
3.1. Jenis Penelitian 75
3.2. Operasionalisasi Variabel 77
3.2.1. Operasional Variabel..... 77
3.2.2. Skala Pengukuran..... 80
3.3. Tahapan Penelitian..... 81
3.4. Populasi dan Sampel..... 83
3.4.1 Populasi 83
3.4.2 Sampel..... 83
3.5. Pengumpulan Data dan Sumber Data 85
3.6. Analisis Deskriptif 86
3.7. *Structural Equation Modelling* (SEM) 88
3.8. Teknik Analisis Data 89
3.8.1 Model Pengukuran (*Outer Model*) 92
3.8.2 Pengukuran Struktural (*Inner Model*) 95
3.8.3 Efek Moderasi 96
3.9 Uji Hipotesis dan Pembahasan..... 97

DAFTAR PUSTAKA 100
LAMPIRAN 113