

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABLE	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
LAMPIRAN.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Logo Starbucks	3
1.1.3 Visi dan Misi Starbucks Coffe	4
 1.2 Latar Belakang	4
 1.3 Perumusan Masalah	11
 1.4 Tujuan Penelitian	11
 1.5 Kegunaan Penelitian	12
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	12
1.5.2 Manfaat Praktis.....	12
 1.6 Waktu dan Periode Penelitian	12
 1.7 Sistematika Penulisan	13
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
 2.1 Pemasaran.....	14

2.2 Definisi <i>Green Marketing</i>	15
2.2.1 Dimensi Green Marketing	16
2.2.2 Tujuan <i>Green Marketing</i>	17
2.2.3 Manfaat <i>Green Marketing</i>	17
2.2.4 Komponen <i>Green Marketing</i>	18
2.2.5 Hubungan <i>Green Marketing</i> dan Kepuasan Pelanggan	19
2.3 Definisi <i>Service Quality</i>	19
2.3.1 Manfaat <i>Service Quality</i>	19
2.3.2 Dimensi <i>Service quality</i>	20
2.3.3 Hubungan <i>Service quality</i> dan Kepuasan Pelanggan	21
2.4 Definisi Kepuasan pelanggan	22
2.4.1 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	22
2.6 Penelitian Terdahulu	24
2.7 Kerangka Pemikiran.....	32
2.8 Ruang Lingkup Penelitian.....	33
BAB III.....	34
METODE PENELITIAN	34
3.1 Jenis Penelitian	34
3.2 Operasional Variable dan Skala Pengukuran	35
3.2.1 Operasional Variable ..	35
3.2.2 Skala Pengukuran.....	38
3.3 Populasi dan Sampel	39
3.3.1 Populasi.....	39
3.3.2 Sampel.....	39
3.4 Teknik Pengumpulan Data	40
3.4.1 Sumber Data	40
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	41
3.5.1 Uji Validitas	41
3.5.2. Uji Reliabilitas.....	42
3.6 Teknik Analisis Data.....	42
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	42
3.6.2 <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	43

3.6.3 Karakteristik SEM-PLS	44
3.6.4 <i>Measurement Model</i> (Outer Model)	44
3.6.5 Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	45
3.6.6 <i>Goodness of Fit</i>	45
3.6.7 Confirmatory Factor Analysis (CFA)	45
BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	46
4.1 Hasil Analisis	46
4.1.1 Karakteristik Responden	46
4.1.2 Tanggapan Responden <i>Green Marketing</i>	46
4.1.3 Tanggapan Responden Service Quality.....	46
4.1.4 Tanggapan Responden Kepuasan Pelanggan.....	46
BAB V	47
KESIMPULAN DAN SARAN	47
5.1 Kesimpulan	47
5.2 Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	48