

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	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 Profil Perusahaan .....	1
1.1.2 Logo Perusahaan .....	1
1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	2
1.3 Perumusan Masalah.....	21
1.4 Tujuan Penelitian.....	21
1.5 Manfaat Penelitian.....	22
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	22
1.5.2 Manfaat Praktis .....	22
1.6 Sistematika Penulisan.....	22
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	24
2.1 Tinjauan Pustaka .....	24
2.1.1 Pemasaran .....	24
2.1.2 Fungsi Pemasaran .....	24
2.1.3 Green Marketing .....	25
2.1.4 Evolusi Green Marketing .....	26
2.1.5 <i>Green marketing mix</i> .....	27

2.1.6	<i>Green product</i> .....	28
2.1.7	<i>Green price</i> .....	29
2.1.8	<i>Green place</i> .....	31
2.1.9	<i>Green promotion</i> .....	32
2.1.10	Perilaku Konsumen .....	33
2.1.11	<i>Purchase Intention</i> .....	33
2.1.12	<i>Online purchase intention</i> .....	34
2.1.13	<i>Electronic word of mouth</i> .....	35
2.2	Kerangka Pemikiran .....	36
2.3	Penelitian Terdahulu.....	39
2.3.1	Penelitian Terdahulu dari Skripsi.....	39
2.3.2	Penelitian Terdahulu dari Jurnal Nasional .....	45
2.3.3	Penelitian Terdahulu dari Jurnal Internasional .....	53
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....		<b>63</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	63
3.2	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran .....	63
3.2.1	Operasional Variabel.....	63
3.2.2	Skala Pengukuran.....	66
3.3	Populasi dan Sampel .....	67
3.3.1	Populasi.....	67
3.3.2	Sampel.....	68
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	70
3.4.1	Data Primer .....	71
3.4.2	Data Sekunder .....	71
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	71
3.5.1	Uji Validitas .....	71
3.5.2	Uji Reliabilitas .....	73
3.6	Teknik Analisis Data .....	74
3.6.1	<i>Structural Equation Model</i> .....	74
3.6.2	<i>Partial Least Square</i> .....	74
3.6.3	Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	75
3.6.4	Pengukuran Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	76
3.7	Uji Hipotesis.....	76
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....		<b>77</b>

4.1 Pengumpulan Data .....	77
4.2 Karakteristik Responden .....	77
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	78
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	78
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	79
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	80
4.3 Hasil Analisis .....	81
4.3.1 Analisis SEM-PLS.....	81
4.3.1.1 Hasil Uji Pengukuran Model ( <i>Outer Model</i> ) .....	81
4.3.1.2 Hasil Uji Pengukuran Struktural Model ( <i>Inner Model</i> ) .....	86
4.3.2 Uji Hipotesis .....	89
4.2 Analisa Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	92
4.2.1 Analisa Pembahasan Uji <i>Outer Model</i> .....	93
4.2.2 Analisa Pembahasan Uji <i>Inner Model</i> .....	94
4.2.2.1 Pengaruh <i>Green marketing mix</i> terhadap <i>Online purchase intention</i> ..	94
4.2.2.2 Pengaruh <i>Green marketing mix</i> terhadap <i>Electronic word of mouth</i> .....	95
4.2.2.3 Pengaruh <i>Online purchase intention</i> terhadap <i>Electronic word of mouth</i>	96
4.2.2.4 Pengaruh <i>Green marketing mix</i> Terhadap <i>Online purchase intention</i>	
Melalui <i>E-Wom</i> .....	96
BAB V PENUTUP.....	98
5.1 Pengumpulan Data .....	98
5.2 Saran .....	100
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan, Praktisi, dan Konsumen.....	100
DAFTAR PUSTAKA .....	101
LAMPIRAN.....	111