

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Kegunaan Penelitian.....	10
1.5 Waktu dan Periode Penelitian .....	10
1.6 Sistematika Penelitian .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>12</b>
2.1 Rangkuman Teori.....	12
2.1.1 <i>Green marketing</i> .....	12
2.1.1.1 Komponen <i>Green marketing</i> .....	13
2.1.1.2 Tujuan <i>Green marketing</i> .....	13
2.1.1.3 Kendala <i>Green marketing</i> .....	13
2.1.1.4 Indikator <i>Green marketing</i> .....	14
2.1.2 <i>Brand image</i> .....	14
2.1.2.1 Faktor-Faktor <i>Brand Image</i> .....	15
2.1.2.2 Indikator <i>Brand image</i> .....	16
2.1.3 Loyalitas Konsumen .....	17
2.1.3.1 Faktor-Faktor Loyalitas Konsumen .....	18
2.1.3.2 Indikator Loyalitas Konsumen.....	20
2.2 Penelitian Terdahulu.....	21

2.2.1 Jurnal Nasional .....	21
2.2.2 Jurnal Internasional.....	26
2.3 Kerangka Pemikiran .....	30
2.4 Hipotesis Penelitian.....	32
2.5 Ruang Lingkup Penelitian .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1 Metode yang Digunakan.....	34
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran .....	35
3.2.1 Operasionalisasi Variabel .....	35
3.3 Sumber dan Cara Penentuan Data .....	37
3.3.1 Sumber Data .....	37
3.3.2 Cara Penentuan Data.....	38
3.3.2.1 Populasi Penelitian .....	38
3.3.2.2 Sampel Penelitian.....	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.4.1 Prosedur Pengumpulan Data.....	39
3.4.2 Pengujian Instrumen .....	39
3.4.2.1 Uji Validitas .....	39
3.4.2.1.1 <i>Convergent Validity</i> .....	39
3.4.2.1.2 <i>Discriminant Validity</i> .....	40
3.4.2.2 Uji Reliabilitas .....	41
3.4.2.2.1 <i>Composite Reliability</i> .....	41
3.4.2.2.2 <i>Cronbach's Alpha</i> .....	41
3.4.2.3 Uji Multikolinearitas .....	41
3.5 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis .....	42
3.5.1 Analisis Deskriptif .....	43
3.5.2 Analisis Deduktif.....	43
3.5.2.1 Evaluasi Inner Model .....	46
3.5.3 Pengujian Hipotesis .....	47
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>50</b>
4.1 Gambaran Umum <i>Starbucks</i> .....	50
4.2 Profil Responden .....	51
4.2.1 Jenis Kelamin.....	51

4.2.2 Rentang Usia.....	52
4.2.3 Pendidikan Terakhir.....	53
4.2.4 Pekerjaan.....	54
4.3 Analisis Deskriptif.....	55
4.4 Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	57
4.4.1.1 <i>Convergent Validity</i> .....	57
4.4.1.2 <i>Discriminant validity</i> .....	60
4.4.1.3 <i>Composite Reliability &amp; Cronbach's Alpha</i> .....	61
4.4.1.4 Uji Multikolinearitas .....	62
4.5 Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	63
4.5.1 Pengujian Hipotesis .....	64
4.5.1.1 Pengaruh <i>Green marketing</i> Terhadap Loyalitas Konsumen Pada <i>Starbucks</i> Kota Bandung.....	65
4.5.1.2 Pengaruh <i>Green marketing</i> Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan <i>Brand image</i> Sebagai Variabel Mediator Pada <i>Starbucks</i> Kota Bandung .....	66
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>68</b>
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran.....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>71</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>77</b>