

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan dan Manfaat.....	15
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	15
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	16
1.4 Sistematika Penulisan.....	17
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	19
2.1 Landasan Teori.....	19
2.1.1 <i>Theory of Planned Behaviour</i>	19
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	21
2.1.3 Pemasaran Hijau.....	22
2.1.4 Pengetahuan Lingkungan.....	24
2.1.5 Kepercayaan Hijau.....	25
2.1.6 Minat Pembelian.....	26
2.1.7 Keputusan Pembelian.....	29
2.2 Penelitian Terdahulu.....	31
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	38
2.3.1 Hubungan Pemasaran Hijau terhadap Minat Pembelian.....	38
2.3.2 Hubungan Pengetahuan Lingkungan terhadap Minat Pembelian.....	39
2.3.3 Hubungan Kepercayaan Hijau terhadap Minat Pembelian.....	39

2.3.4 Hubungan Pemasaran Hijau terhadap Keputusan Pembelian.....	40
2.3.5 Hubungan Pengetahuan Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian .	41
2.3.6 Hubungan Kepercayaan Hijau terhadap Keputusan Pembelian	41
2.3.7 Hubungan Minat Pembelian terhadap Keputusan Pembelian.....	42
2.4 Kerangka Pemikiran	43
2.5 Variabel dan Indikator.....	44
2.5.1 Pemasaran Hijau	44
2.5.2 Pengetahuan Lingkungan.....	46
2.5.3 Kepercayaan Hijau.....	47
2.5.4 Minat Pembelian.....	48
2.5.5 Keputusan Pembelian	48
BAB III METODE PENELITIAN.....	50
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	50
3.1.1 Variabel Penelitian.....	50
3.1.2 Definisi Operasional	51
3.2 Populasi dan Sampel	53
3.2.1 Populasi.....	53
3.2.2 Sampel	53
3.3 Jenis dan Sumber Data	54
3.4 Metode Pengumpulan Data	55
3.4.1 Kuesioner.....	55
3.4.2 Studi Kepustakaan	56
3.5 Metode Analisis Data	57
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....	65
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	65
4.1.1 Deskripsi Umum Perusahaan.....	65
4.1.2 Deskripsi Umum Responden	66
4.2 Analisis Data	69
4.2.1 Uji Instrumen Data.....	69
4.2.2 Analisis Structural Equation Model (SEM).....	72
4.2.3 Asumsi-Asumsi SEM	82
4.2.4 Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total	89

4.3 Pembahasan dan Uji Hipotesis	91
4.3.1 Pengaruh Pemasaran Hijau Terhadap Minat Pembelian.....	93
4.3.2 Pengaruh Pengetahuan Lingkungan Terhadap Minat Pembelian	93
4.3.3 Pengaruh Kepercayaan Hijau Terhadap Minat Pembelian	94
4.3.4 Pengaruh Pemasaran Hijau Terhadap Keputusan Pembelian	95
4.3.5 Pengaruh Pengetahuan Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian .	95
4.3.6 Pengaruh Kepercayaan Hijau Terhadap Keputusan Pembelian	96
4.3.7 Pengaruh Minat Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian.....	97
BAB V PENUTUP.....	98
5.1 Kesimpulan Hipotesis.....	98
5.2 Kesimpulan Masalah	101
5.3 Implikasi Teoritis	104
5.4 Implikasi Manajerial.....	105
5.5 Keterbatasan Penelitian	107
5.6 Saran Penelitian Mendatang	108
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN.....	116



FEB UNDIP

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Research Gap	12
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	51
Tabel 3. 2 Skala Likert	56
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Usia.....	66
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	68
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Pembelian Fore Satu Bulan Terakhir	68
Tabel 4. 6 Uji Validitas	70
Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas	71
Tabel 4. 8 Hasil Goodness of Fit Konstruk Variabel Eksogen	73
Tabel 4. 9 Kriteria Normalitas pada Variabel Eksogen	74
Tabel 4. 10 Standardized Regression Weights Variabel Eksogen	75
Tabel 4. 11 Regression Weights Variabel Eksogen	75
Tabel 4. 12 Hasil Goodness of Fit Konstruk Variabel Endogen.....	77
Tabel 4. 13 Kriteria Normalitas pada Variabel Endogen.....	78
Tabel 4. 14 Standardized Regression Weights Variabel Endogen.....	78
Tabel 4. 15 Regression Weights Variabel Endogen.....	79
Tabel 4. 16 Hasil Goodness of Fit Model	81
Tabel 4. 17 Regression Weights Full Model SEM.....	82
Tabel 4. 18 Kriteria Normalitas Data	83
Tabel 4. 19 Kriteria Outliers Data	84
Tabel 4. 20 Sample Correlations	86
Tabel 4. 21 Standardized Residual Covariances	87
Tabel 4. 22 Hasil Construct Reliability dan Variance Extracted	88
Tabel 4. 23 Standardized Direct Effects.....	90
Tabel 4. 24 Standardized Indirect Effects	90
Tabel 4. 25 Standardized Total Effects	91
Tabel 4. 26 Regression Weight Structure Model	92
Tabel 4. 27 Hasil Pengujian Hipotesis	92
Tabel 5. 1 Implikasi Teoritis	104
Tabel 5. 2 Impikasi Manajerial	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Peringkat Indonesia pada Skala Regional Berdasarkan EPI (2022)....	2
Gambar 1. 2 Timbulan Sampah di Indonesia Berdasarkan Jenis (2022)	3
Gambar 1. 3 Top Brand Award Subkategori Kedai Kopi	7
Gambar 1. 4 Top Brand Award Subkategori Kedai Kopi (2023)	8
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis	44
Gambar 2. 2 Variabel dan Indikator Pemasaran Hijau	45
Gambar 2. 3 Variabel dan Indikator Pengetahuan Lingkungan.....	46
Gambar 2. 4 Variabel dan Indikator Kepercayaan Hijau.....	47
Gambar 2. 5 Variabel dan Indikator Minat Pembelian	48
Gambar 2. 6 Variabel dan Indikator Keputusan Pembelian.....	49
Gambar 4. 1 Uji CFA Variabel Eksogen.....	73
Gambar 4. 2 Uji CFA Variabel Endogen	77
Gambar 4. 3 Uji Struktural Full Model SEM.....	80
Gambar 5. 1 Pengaruh Pemasaran Hijau terhadap Minat Pembelian	101
Gambar 5. 2 Pengaruh Pengetahuan Lingkungan terhadap Minat Pembelian....	101
Gambar 5. 3 Pengaruh Kepercayaan Hijau terhadap Minat Pembelian.....	102
Gambar 5. 4 Pengaruh Pemasaran Hijau terhadap Keputusan Beli	102
Gambar 5. 5 Pengaruh Pengetahuan Lingkungan terhadap Keputusan Beli.....	103
Gambar 5. 6 Pengaruh Kepercayaan Hijau terhadap Keputusan Beli.....	103
Gambar 5. 7 Pengaruh Minat Pembelian terhadap Keputusan Beli.....	104



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN	116
LAMPIRAN B TABULASI DATA JAWABAN RESPONDEN	123
LAMPIRAN C HASIL PENGOLAHAN SPSS	130
LAMPIRAN D HASIL PENGOLAHAN AMOS	137

