

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	1
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	15
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	15
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	16
1.4 Sistematika Penulisan.....	17
BAB II TELAAH PUSTAKA	19
2.1 Landasan Teori	19
2.1.1 <i>Grand Theory</i> Perilaku Konsumen	19
2.1.2 Keputusan Pembelian	21
2.1.3 <i>Green Purchase Behaviour</i>	24
2.1.4 Konsep Dasar Label Ramah Lingkungan.....	25
2.1.5 Konsep Dasar Kemasan Hijau.....	26
2.1.6 Konsep Kesadaran Lingkungan	28
2.2 Penelitian Terdahulu.....	28
2.3 Hubungan Antar Variabel	33
2.3.1 Hubungan antara Label Ramah Lingkungan dengan Kesadaran Lingkungan.....	33

2.3.2 Hubungan antara Kemasan Hijau dengan Kesadaran Lingkungan	34
2.3.3 Hubungan antara Kesadaran Lingkungan dengan Keputusan Pembelian	35
2.3.4 Hubungan antara Label Ramah Lingkungan dengan Keputusan Pembelian	36
2.3.5 Hubungan antara Kemasan Hijau dengan Keputusan Pembelian ..	37
2.4 Kerangka Pemikiran Teori	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Jenis dan Lokasi Penelitian	39
3.1.1 Jenis Penelitian	39
3.1.2 Lokasi Penelitian	39
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	39
3.2.1 Variabel Penelitian	39
3.2.2 Definisi Operasional Variabel	41
3.3 Populasi dan Sampel	42
3.3.1 Populasi	42
3.3.2 Sampel	43
3.4 Jenis dan Sumber Data	44
3.4.1 Data Primer	44
3.4.2 Data Sekunder	44
3.5 Metode Pengumpulan Data	44
3.5.1 Kuesioner	44
3.5.2 Studi Pustaka	46
3.6 Teknik Analisis Data	46
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	51
4.1 Deskripsi Umum.....	51
4.1.1 Deskripsi Umum Perusahaan	51
4.1.2 Deskripsi Umum Responden.....	52
4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	57
4.2 Hasil Analisis Data	67
4.2.1 Hasil Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA).....	67
4.2.2 Hasil Analisis <i>Full Structural Equation Model</i> (SEM).....	73
4.2.3 Hasil Uji Asumsi <i>Structural Equation Model</i> (SEM)	75

4.2.4 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	85
4.2.5 Hasil Pengujian Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total ..	87
4.3 Interpretasi Hasil	89
4.3.1 Pengaruh Label Ramah Lingkungan terhadap Kesadaran Lingkungan	89
4.3.2 Pengaruh Kemasan Hijau terhadap Kesadaran Lingkungan	90
4.3.3 Pengaruh Kesadaran Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian..	91
4.3.4 Pengaruh Label Ramah Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian	92
4.3.5 Pengaruh Kemasan Hijau terhadap Keputusan Pembelian	93
BAB V PENUTUP.....	94
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Implikasi Teoritis	96
5.3 Implikasi Manajerial.....	97
5.4 Keterbatasan Penelitian	100
5.5 Saran untuk Penelitian Mendatang.....	101
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN.....	109

