

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.5 Tinjauan Pustaka	13
1.5.1 Tinjauan Teoritik.....	13
1.5.2 Tinjauan Empirik	38
1.6 Pengaruh Antar Variabel.....	53
1.7 Kerangka Pemikiran.....	57
1.8 Hipotesis.....	58
1.9 Model Hipotesis	58
1.10 Definisi Konsep, Operasional, dan Indikator	59
1.10.1 Definisi Konsep.....	59
1.10.2 Definisi Operasional.....	60
1.11 Metode Penelitian.....	64
1.11.1 Jenis Penelitian.....	64
1.11.2 Objek Penelitian	64
1.11.3 Populasi dan Sampel	65

1.11.4 Jenis Data dan Sumber Data	67
1.11.5 Teknik Pengumpulan Data	68
1.11.6 Skala Pengukuran	68
1.11.7 Uji Validitas dan Reliabilitas	68
1.11.8 Teknik Analisis Data	70
BAB II GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN	75
2.1 Sejarah The Body Shop	75
2.2 The Body Shop Indonesia	77
2.3 Visi dan Misi The Body Shop	77
2.4 Struktur Organisasi Perusahaan	78
2.5 Logo The Body Shop	78
2.6 Lokasi The Body Shop	79
2.7 Gambaran <i>Green Marketing</i> The Body Shop	79
2.8 Gambaran Citra Merek The Body Shop	83
2.9 Gambaran Loyalitas Pelanggan The Body Shop	85
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	88
3.1 Hasil Uji Instrumen	88
3.1.1 Hasil Uji Validitas	89
3.1.2 Hasil Uji Reliabilitas	91
3.2 Karakteristik Responden	92
3.2.1 Usia Responden	92
3.2.2 Jenis Kelamin	95
3.3 Analisis Data	96
3.3.1 Analisis Statistik Deskriptif	96
3.3.2 Analisis Statistik Inferensial	138
3.4 Pembahasan	151
3.4.1 Pengaruh <i>Green Marketing</i> (X) terhadap Citra Merek (Z)	151
3.4.2 Pengaruh <i>Green Marketing</i> (X) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	153

3.4.3 Pengaruh Citra Merek (Z) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	154
3.4.4 Pegasus <i>Green Marketing</i> terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) melalui Citra Merek (Z)	157
BAB IV PENUTUP	158
4.1 Kesimpulan	158
4.2 Saran.....	158
DAFTAR PUSTAKA	161