

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12
BAB II	13
A. Landasan Teori.....	13
1. <i>Green Marketing</i>	13
2. <i>Green Purchase Intention</i>	16
3. <i>Green Awareness</i>	19
4. <i>Corporate Image</i>	21
B. Penelitian Terdahulu	24
C. Hubungan Antar Variabel	34
D. Kerangka Konseptual.....	38
E. Hipotesis Penelitian	39
BAB III.....	40
A. Rancangan Penelitian	40
B. Objek dan Waktu Penelitian	40
C. Populasi.....	41
D. Sampel dan Teknik <i>Sampling</i>	42

E. Jenis Data Penelitian dan Metode Pengumpulan Data.....	44
F. Klasifikasi Variabel Penelitian	45
G. Definisi Operasionalisasi Variabel.....	46
H. Skala Pengukuran Variabel	48
I. Uji Instrumen	50
B. Teknik Analisis Data.....	54
1. Analisis Deskriptif.....	54
2. Analisis Kuantitatif	54
3. Pengujian Hipotesis.....	58
BAB IV.....	61
A. Hasil Penelitian	61
B. Analisis Deskriptif	61
C. Analisis Kuantitatif	68
D. Pembahasan.....	73
BAB V	78
A. Kesimpulan	78
B. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN.....	84

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Kenaikan Harga Menu VS Pendapatan Filosofi Kopi	6
Tabel 1. 2 Pendapat Konsumen Tentang Produk Filosofi Kopi Sleman	6
Tabel 1. 3 Pendapat Konsumen Tentang Produk Filosofi Kopi Sleman	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian	41
Tabel 3. 2 Definisi Operasionalisasi Variabel	46
Tabel 3. 3 Skor Kuesioner	49
Tabel 3. 4 Kategorisasi Variabel	50
Tabel 3. 5 <i>Convergent validity</i>	51
Tabel 3. 6 <i>Discriminant Validity</i>	52
Tabel 3. 7 <i>Average Variance Extracted</i>	52
Tabel 3. 8 <i>Composite Reliability</i>	53
Tabel 3. 9 <i>Cronbach Alpha</i>	54
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia	62
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	63
Tabel 4. 4 Deskripsi Variabel <i>Green Awareness</i>	65
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel <i>Corporate Image</i>	66
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel <i>Green Purchase Intention</i>	67
Tabel 4. 7 Deskripsi Seluruh Variabel	68
Tabel 4. 8 Uji Keباikan Model (Nilai <i>R Square</i>)	69
Tabel 4. 9 Uji Keباikan Model (Nilai <i>Q Square</i>)	70
Tabel 4. 10 Uji Hipotesis (Parsial dan Moderasi)	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Konsep Filosofi Kopi Sleman	2
Gambar 1. 2 Kemasan Filosofi Kopi Sleman	4
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	38
Gambar 4. 1 Hasil Pengujian <i>Inner Model</i> (nilai <i>beta</i> dan <i>t statistics</i>)	69
Gambar 4. 2 Hasil Pengujian <i>Inner Model</i> (nilai <i>beta</i> dan <i>p value</i>)	69

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN 1: Kuisisioner Penelitian.....	85
LAMPIRAN 2: Identitas Responden.....	93
LAMPIRAN 3: Rekapitulasi Data Kuesioner.....	99
LAMPIRAN 4: Analisis Data.....	115
LAMPIRAN 5: Surat Izin Penelitian.....	120