

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS ILMIAH.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Landasan Teori.....	13
1. Green Purchase Intention	13
2. Consumer attitude	15
3. Green Marketing Mix.....	17
B. Tinjauan Penelitian Terdahulu	27
C. Pengaruh Antar Variabel.....	32
D. Kerangka Konseptual.....	38
E. Hipotesis Penelitian	39
BAB III.....	40
METODE PENELITIAN	40
A. Rancangan Penelitian.....	40
B. Objek dan Waktu penelitian.....	41

C. Populasi.....	41
D. Sampel dan Teknik Sampling	41
E. Jenis Data Penelitian	43
F. Prosedur Pengambilan Data	44
G. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	45
H. Definisi Operasional Variabel.....	46
I. Skala Pengukuran Variabel.....	48
J. Uji Instrumen	49
K. Teknik Analisis Data.....	56
BAB IV	61
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
A. Analisis Deskriptif	61
B. Analisis Kuantitatif	74
C. Pembahasan.....	88
D. Keterbatasan Peneltian.....	96
BAB V	97
KESIMPULAN DAN SARAN.....	97
A. Kesimpulan	97
B. Saran	98
DAFTAR PUSTAKA.....	101
LAMPIRAN.....	104

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Research Gap	6
Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	46
Tabel 3. 2 Skor Skala Likert	48
Tabel 3. 3 Convergent Validity 30 Responden	50
Tabel 3. 4 Cross Loading Factor 30 Responden	52
Tabel 3. 5 Average Variance Extracted (AVE) 30 Responden.....	53
Tabel 3. 6 Composite Reliability 30 Responden.....	54
Tabel 3. 7 Cronbach's Alpha 30 Responden.....	55
Tabel 3. 8 Interval Batasan Kelas	57
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	62
Tabel 4. 2 Umur Responden.....	62
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden	63
Tabel 4. 4 Domisili Responden.....	64
Tabel 4. 5 Pemasukan perbulan Responden.....	65
Tabel 4. 6 Penilaian Variabel Green Product.....	67
Tabel 4. 7 Penilaian Variabel Green Price	68
Tabel 4. 8 Penilaian Variabel Green Place.....	69
Tabel 4. 9 Penilaian Variabel Green Promotion	70
Tabel 4. 10 Penilaian Variabel Consumer attitude.....	72
Tabel 4. 11 Penilaian Variabel Green Purchase Intention	73
Tabel 4. 12 Convergent Validity 105 Responden	76

Tabel 4. 13 Discriminant Validity 105 Responden.....	77
Tabel 4. 14 Average variance Extraced (AVE) 105 Responden.....	78
Tabel 4. 15 Cronbach's Alpha 105 Responden.....	79
Tabel 4. 16 Composite Reliability 105 Responden.....	80
Tabel 4. 17 Uji R-Square (R2)	82
Tabel 4. 18 Uji Q-Square (Q2).....	83
Tabel 4. 19 Mean, T-Statistic, dan P-values	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tingkat pertumbuhan pasar sayuran dan buah-buahan organik berdasarkan wilayah.....	2
Gambar 1. 2 Ranking perusahaan retail di Indonesia tahun 2022.....	7
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	38
Gambar 3. 1 Model Pengukuran (Outer Model)	49
Gambar 4. 1 Model Pengukuran (Outer Model)	75
Gambar 4. 2 Model Structural (Inner Model)	81

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUESIONER PENELITIAN.....	105
LAMPIRAN II TABULASI 30 RESPONDEN.....	123
LAMPIRAN III UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS 30 RESPONDEN ..	126
LAMPIRAN IV TABULASI DATA 105 RESPONDEN	130
LAMPIRAN V HASIL ANALISIS DATA 105 RESPONDEN	145