

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
BERITA ACARA.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Landasan Teori	13
1. <i>Grand Theory</i>	13
2. Perilaku Berkelanjutan (<i>Sustainable Behavior</i>)	16
3. Pemasaran Sosial	21
4. Kesadaran Keberlanjutan (<i>Sustainability Awareness</i>)	29
B. Penelitian Terdahulu	33
C. Pengembangan Hipotesis.....	42
1. Pemasaran Sosial Terhadap Perilaku Berkelanjutan	42
2. Pemasaran Sosial Terhadap Kesadaran Keberlanjutan.....	44
3. Kesadaran Keberlanjutan Terhadap Perilaku Berkelanjutan	46
4. Pemasaran Sosial Terhadap Perilaku Berkelanjutan Dimediasi oleh Kesadaran Keberlanjutan	47

D. Kerangka Pemikiran	49
E. Hipotesis Penelitian	51
BAB III.....	52
METODE PENELITIAN.....	52
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	52
B. Rencana Penelitian.....	53
C. Populasi dan Sampel.....	56
<u>D. Klasifikasi Variabel Penelitian.....</u>	<u>59</u>
E. Definisi Operasional Variabel.....	63
F. Jenis Data Penelitian	74
G. Prosedur Pengambilan Data	75
H. Pengukuran Instrumen.....	76
I. Uji Instrumen	78
J. Teknik Analisis Data	81
BAB IV	95
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	95
A. Analisis Diskriptif	95
B. Analisis Kuantitatif.....	110
C. Pembahasan	133
BAB V.....	143
SIMPULAN DAN SARAN.....	143
A. Simpulan.....	143
B. Saran	144