

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGANTAR.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Batasan Masalah.....	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	9
1.5. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Sayuran Organik.....	10
2.2. Konsumen Hijau (<i>Green Consumer</i>).....	13
2.3. Perilaku Konsumen Hijau (<i>Green Consumer Behavior</i>).....	15
2.3.1. Pengetahuan lingkungan (<i>Environment knowledge</i>).....	16
2.3.2. Persepsi manfaat kesehatan (<i>Perceived health benefits</i>).....	17
2.3.3. Persepsi manfaat keberlanjutan (<i>Perceived sustainability benefits</i>).....	18
2.4. Teori Perilaku Terencana (<i>Theory of Planned Behavior</i>)	19
2.5. Keputusan pembelian	21
2.6. SEM (<i>Structural Equation Modeling</i>).....	24
2.6.1. Variabel-variabel dalam SEM.....	25
2.6.2. Konvensi penulisan dan diagram variabel SEM.....	25
2.6.3. SEM-PLS (<i>Structural Equation Modelling-Partial Least Square</i>).....	27

2.6.4. Evaluasi Model dalam SEM-PLS	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1. Objek dan Waktu Penelitian.....	33
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian	33
3.3. Data yang Dibutuhkan.....	35
3.4. Metode Pengumpulan Data	35
3.5. Variabel Penelitian	36
3.6. Metode Analisis Data	44
3.8. Diagram Alir Penelitian	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Profil Usaha Sayuran Organik di Daerah Istimewa Yogyakarta.....	53
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner	54
4.3 Profil Responden	57
4.4 Analisis Data	68
4.4.1 Evaluasi Model Pengukuran	68
4.4.2 Evaluasi Model Struktural.....	74
4.5 Analisis Jalur Penerapan <i>Theory of Planned Behavior</i> terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Organik.....	85
4.6 Rekomendasi Strategi Pemasaran.....	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	90
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....	100