

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR RUMUS	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Batasan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 <i>Zero waste store</i>	11
2.2 Perilaku Konsumen	12
2.3 Konsumen Hijau	14
2.4 Keputusan Pembelian Konsumen	15
2.5 Bauran Pemasaran Hijau	21
2.6 <i>Expert Judgement</i>	24
2.7 Metode <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Objek Penelitian.....	34
3.2 Waktu Penelitian	35
3.3 Tahapan Penelitian.....	35
3.4 Jenis dan Metode Pengumpulan Data	42
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian	43
3.6 Variabel Penelitian.....	46

3.7 Pengujian dan Pengolahan Data.....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Profil <i>Zero Waste Store</i> di Daerah Istimewa Yogyakarta.....	55
4.2 Profil Responden.....	61
4.3 Penilaian Ahli (<i>Expert Judgement</i>)	70
4.4 Pengujian Data	71
4.5 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Hijau ZWS di DIY	73
4.6 Rekomendasi bagi <i>Zero Waste Store</i> di DIY untuk Menyusun Strategi Pemasaran	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	100
5.1 Kesimpulan	100
5.2 Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN.....	109