

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
BAB I	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II	12
2.1 Niat Beli.....	12
2.2 Pemasaran Hijau.....	14
2.3 Citra Perusahaan.....	17
2.4 Citra Merek.....	19
2.5 Penelitian Terdahulu.....	20
2.6 Pengaruh Pemasaran Hijau terhadap Niat Beli.....	23
2.7 Pengaruh Pemasaran Hijau terhadap Citra Perusahaan.....	25
2.8 Pengaruh Pemasaran Hijau terhadap Citra Merek.....	26
2.9 Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Citra Merek.....	27
2.10 Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Niat Beli.....	28
2.11 Pengaruh Citra Merek terhadap Niat Beli.....	29
2.12 Model Penelitian.....	30
BAB III	32
3.1 Desain Penelitian.....	32
3.2 Uniqlo.....	33
3.3 H&M.....	35
3.4 Populasi dan Sampel.....	38
3.5 Definisi Operasional.....	39
3.5.1 Niat Beli.....	39
3.5.2 Pemasaran Hijau.....	40

3.5.3 Citra Perusahaan	41
3.5.4 Citra Merek.....	42
3.6 Metode Analisis Data.....	43
3.7 Evaluasi Model.....	44
3.7.1 <i>Outer Model</i>	45
3.7.2 <i>Inner Model</i>	47
BAB IV	50
4.1 Populasi dan Sampel Penelitian	50
4.2 Pengujian <i>Outer Model</i>	53
4.2.1 Pengujian <i>Convergent Validity</i>	53
4.2.2 Pengujian <i>Discriminant Validity</i>	55
4.2.3 Pengujian Reliabilitas.....	58
4.3 Analisis Statistik Deskriptif.....	59
4.3.1 Analisis Deskriptif Uniqlo	59
4.3.2 Analisis Deskriptif H&M	62
4.4 Pengujian Inner Model	65
4.4.1 Pengujian Goodness of Fit (GoF)	65
4.4.2 Pengujian Koefisien Determinasi R^2	66
4.4.3 Pengujian Hipotesis.....	67
4.5 Pembahasan Hasil Uji Hipotesis	75
4.5.1 Pengaruh Pemasaran Hijau Terhadap Niat Beli	75
4.5.2 Pengaruh Pemasaran Hijau Terhadap Citra Perusahaan	78
4.5.3 Pengaruh Pemasaran Hijau Terhadap Citra Merek.....	79
4.5.4 Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Citra Merek	80
4.5.5 Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Niat Beli	81
4.5.6 Pengaruh Citra Merek Terhadap Niat Beli.....	82
BAB V.....	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Implikasi Praktis.....	87
5.2 Keterbatasan.....	88
5.3 Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN	101