

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	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 Penelitian .....	9
1.4. Tujuan Penelitian .....	10
1.5. Manfaat Penelitian .....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	12
2.1. Kopi Menoreh .....	12
2.2. Kopi Lokal dan Kopi Internasional.....	13
2.3. Kopi Artisan.....	13
2.4. <i>Green Marketing</i> .....	14
2.5. <i>Green Marketing Mix</i> .....	16
2.5.1. <i>Green Product</i> .....	16
2.5.2. <i>Green Price</i> .....	18
2.5.3. <i>Green Place</i> .....	19
2.5.4. <i>Green Promotion</i> .....	20
2.5.5. <i>Green People</i> .....	21
2.5.6. <i>Green Process</i> .....	22
2.5.7. <i>Green Physical Evidence</i> .....	23
2.6. Perilaku Konsumen .....	23
2.7. Kepuasan Pelanggan .....	24

2.8.	Loyalitas Pelanggan .....	26
2.9.	Reliabilitas dan Validitas .....	28
2.10.	<i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	31
2.10.1.	Keunggulan dan Kegunaan <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	33
2.10.2.	Jenis Variabel dalam <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM) .....	34
2.10.3.	Notasi dalam <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM) .....	35
2.10.4.	<i>Partial Least Squares Structural Equation Modelling</i> (PLS-SEM).....	37
2.10.5.	Tahapan Analisis PLS-SEM .....	37
2.11.	Penelitian Terdahulu .....	39
2.12.	Kerangka Pemikiran.....	41
2.13.	Model Penelitian .....	42
2.14.	Hipotesis Penelitian.....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>44</b>
3.1.	Waktu dan Tempat Penelitian .....	44
3.2.	Objek Penelitian.....	44
3.3.	Subjek Penelitian .....	47
3.3.1.	Populasi Penelitian.....	47
3.3.2.	Sampel Penelitian.....	47
3.4.	Metode Pengumpulan Data.....	48
3.4.1.	Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.4.2.	Alat Pengumpulan Data .....	50
3.5.	Variabel Penelitian.....	51
3.6.	Pengolahan dan Analisis Data.....	52
3.7.	Diagram Alir Penelitian .....	53
3.8.	Indikator Penelitian.....	55
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>57</b>
4.1.	Kopi Menoreh .....	57
4.2.	Profil Industri .....	59
4.3.	<i>Green Marketing Mix</i> Kopi Menoreh Pak Rahmat .....	66
4.4.	<i>Green Marketing Mix</i> Warung Kopi Menoreh Mba Mar.....	78
4.5.	<i>Green Marketing Mix</i> Kopi Menoreh Tumpang Sari.....	90
4.6.	<i>Green Marketing Mix</i> Kopi Puncak Menoreh.....	98
4.8.	Profil Responden.....	108
4.9.	Hasil Uji <i>Content Validity Ratio</i> (CVR) .....	115

4.10. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	117
4.10.1 Uji Validitas .....	117
4.10.2 Uji Reliabilitas .....	120
4.11. Analisis Model dengan <i>Partial Least Square Structural Equation Model</i> (PLS-SEM) .....	121
4.11.1 Analisis Model .....	121
4.11.2 Evaluasi Model .....	123
4.11.3 Hasil Uji Model Pengukuran (Evaluasi <i>Outer Model</i> ) .....	124
4.11.3. Hasil Uji Model Struktural (Evaluasi <i>Inner Model</i> ) .....	130
4.11.4. Ringkasan Pengujian Hipotesis .....	137
4.12. Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan .....	140
4.13. Pembahasan .....	141
<b>BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN .....</b>	<b>147</b>
5.1. Kesimpulan .....	147
5.2. Implikasi Hasil .....	148
5.3. Saran .....	151
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>152</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>162</b>