

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	
LEMBAR PERNYATAAN.....	
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
INTISARI	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar belakang.....	1
1.2. Rumusan masalah.....	17
1.3. Pertanyaan penelitian.....	18
1.4. Tujuan penelitian.....	18
1.5. Manfaat Penelitian.....	19
1.6. Lingkup penelitian.....	20
BAB II LANDASAN TEORI.....	21
2.1. Landasan teori	21
2.1.1. Pemasaran.....	21
2.1.2. Pemasaran hijau.....	22
2.1.3. Perilaku konsumen.....	24

2.1.4. Niat beli hijau.....	25
2.1.5. Teori dilema sosial	26
2.1.6. Teori egoismepsikologis.....	27
2.1.7. <i>Altruistic consideration</i>	28
2.1.7.1. <i>Enviromental concern</i>	28
2.1.8. <i>Egoistic consideration</i>	29
2.1.8.1. <i>Perceived cost of green purchasing</i>	29
2.1.8.2. <i>Price sensitivity</i>	30
2.1.8.3. <i>Green self-identity</i>	32
2.1.8.4. <i>Moral obligation</i>	32
2.1.9. <i>Social pressure</i>	33
2.1.10. <i>Produk hijau</i>	33
2.2. Kajian penelitian terdahulu.....	35
2.3. Perumusan hipotesis.....	38
2.3.1. Hipotesis 1	38
2.3.2. Hipotesis 2.....	40
2.3.3. Hipotesis 3.....	41
2.3.4. Hipotesis 4.....	41
2.3.5. Hipotesis 5	42
2.3.6. Hipotesis 6	43
2.3.7. Hipotesis 7	44
2.4. Model Penelitian.....	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	45

3.1. Desain penelitian	45
3.2. Metoda pengumpulan data	45
3.2.1. Populasi.....	46
3.2.2. Sampel	46
3.3. Instrumen penelitian	48
3.3.1. Definisi operasional variabel	48
3.3.2. Metode pengukuran.....	52
3.4. Metode analisis data	52
3.4.1. Metode pengukuran (outer model)	53
3.4.1.1. Uji validitas konvergen.....	54
3.4.1.2. Uji validitas konstruk	54
3.4.1.3. Uji validitas diskriminan	55
3.4.1.4. Uji reliabilitas	55
3.4.2. Analisis Deskriptif	56
3.4.3. Model struktural (inner model).....	56
3.5. Pengujian hipotesis.....	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	59
4.1. Deskripsi data.....	59
4.2. Data Responden	59
4.3. Pengujian model pengukuran (outer model).....	60
4.3.1. Uji validitas konvergen	61
4.3.2. Uji validitas konstruk	62
4.3.3. Uji validitas diskriminan	63

4.3.4. Uji reliabilitas	64
4.4. Analisis deskriptif.....	64
4.5. Pengujian model pengukuran (inner model).....	67
4.6. Pengujian hipotesis.....	68
4.7. Diskusi dan pembahasan.....	73
4.7.1. Hipotesis 1.....	73
4.7.2. Hipotesis 2	75
4.7.3. Hipotesis 3	76
4.7.4. Hipotesis 4.....	78
4.7.5. Hipotesis 5.....	79
4.7.6. Hipotesis 6.....	80
4.7.7. Hipotesis 7.....	82
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	84
5.1. Simpulan.....	84
5.2. Implikasi manajerial	86
5.3. Keterbatasan.....	92
5.4. Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA	xciv
LAMPIRAN	xcix

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Responden.....	7
Tabel 1.2. Data penjualan Agustus-November 2023.....	9
Tabel 3.1. Definisi operasional variabel dan pengukuran.....	45
Tabel 3.2. Keterangan lima skala likert.....	49
Tabel 4.1. Data responden	56
Tabel 4.2. Hasil uji validitas konvergen	58
Tabel 4.3. Hasil uji validitas konstruk.....	59
Tabel 4.4. Hasil uji validitas diskriminan	60
Tabel 4.5. Hasil uji reliabilitas	61
Tabel 4.6. Hasil uji analisis deskriptif	62
Tabel 4.7. Nilai R-Square	65
Tabel 4.8. Nilai koefisien estimate antar variabel	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data volume produksi kopi di dunia (2022-2023)	1
Gambar 1.2 Data konsumsi kopi nasional (2016-2021)	2
Gambar 1.3 Data komposisi sampah berdasarkan jenis sampah (2021)	4
Gambar 2.1 Model penelitian.....	41

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I. Transkrip Hasil Wawancara Pra Survei.....	xcix
LAMPIRAN II. Transkrip Hasil Wawancara	cvi
LAMPIRAN III. Kuesioner Penelitian	cix
LAMPIRAN IV. Tabulasi Jawaban Responden.....	cxvi
LAMPIRAN V. Hasil Olah Data Pengujian Model.....	cxlix