

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGAJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
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	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Batasan Masalah.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Kedai Kopi	13
2.2 Pemasaran.....	13
2.3 <i>Green Marketing</i>	14
2.4 <i>Green Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran Hijau).....	16
2.4.1 <i>Green Product</i>	16
2.4.2 <i>Green Price</i>	17
2.4.3 <i>Green Place</i>	17
2.4.4 <i>Green Promotion</i>	18
2.4.5 <i>Green Process</i>	19
2.4.6 <i>Green People</i>	19
2.4.7 <i>Green Physical Evidence</i>	19

2.5	Kedai Kopi <i>Green Marketing</i> dan <i>Non-Green Marketing</i>	20
2.6	Perilaku Konsumen	21
2.7	Pengetahuan Lingkungan	22
2.8	Minat Beli.....	22
2.9	Keputusan Pembelian.....	23
2.10	<i>Content Validity Ratio</i>	25
2.11	<i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	26
2.10.1	Pengertian SEM-PLS	26
2.10.2	Variabel dalam SEM-PLS	27
2.10.3	Model SEM-PLS	29
2.10.4	Tahapan SEM-PLS.....	30
2.12	Penelitian Terdahulu	32
2.13	Model Penelitian	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		35
3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	35
3.2	Objek Penelitian	35
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	36
3.4	Variabel Penelitian	38
3.5	Data Penelitian	43
3.6	Metode Pengumpulan Data	44
3.7	Metode Pengolahan dan Analisis Data.....	45
3.7.1	Uji Validitas	46
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	47
3.7.3	Konseptualisasi Model dan Konstruksi Diagram Jalur.....	47
3.7.4	Evaluasi Model.....	48
3.7.5	Pengujian Hipotesis.....	50
3.7.6	Analisis Jalur dan Rekomendasi Strategi Pemasaran.....	52
3.8	Diagram Alir Penelitian	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		54
4.1	Profil Kedai Kopi	54
4.2	Uji Validitas Konten.....	57

4.3	Karakteristik Responden	57
4.3.1	Jenis Kelamin	58
4.3.2	Usia.....	59
4.3.3	Domisili.....	60
4.3.4	Pendidikan Terakhir	61
4.3.5	Pekerjaan	62
4.3.6	Pemasukan per Bulan	63
4.3.7	Pengeluaran Pembelian di Saorsa Kopi	64
4.3.8	Frekuensi Pembelian di Saorsa Kopi	65
4.4	Uji Validitas dan Reliabilitas	65
4.4.1	Uji Validitas	65
4.4.2	Uji Reliabilitas.....	66
4.5	Analisis Model	66
4.5.1	Hasil Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model).....	66
4.5.2	Hasil Evaluasi Model Struktural	68
4.5.3	Analisis Jalur.....	78
4.6	Uji Hipotesis.....	80
4.7	Pengaruh <i>Green Marketing Mix</i> Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli.....	95
4.8	Pengaruh Pengetahuan Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli	96
4.9	Pengaruh <i>Green Marketing Mix</i> dan Pengetahuan Lingkungan Secara Bersama-Sama Terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli.....	97
4.10	Rekomendasi strategi pemasaran Saorsa Kopi.....	98
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	104
5.1	Kesimpulan.....	104
5.2	Saran.....	105
	DAFTAR PUSTAKA	106
	LAMPIRAN	113