

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
INTISARI	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Pertanyaan Penelitian	13
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.5 Lingkup Penelitian	15
1.6 Sistematika Penulisan	15
BAB II LANDASAN TEORI	18
2.1 Landasan Teori	18
2.1.1 Pemasaran Hijau	18
2.1.2 Manfaat Fungsional	20
2.1.3 Manfaat Emosional	21
2.1.4 Loyalitas Konsumen	22
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu	23
2.3 Perumusan Hipotesis	27
2.3.1 Pengaruh Pemasaran Hijau pada Loyalitas Konsumen	27
2.3.2 Pengaruh Pemasaran Hijau pada loyalitas konsumen yang dimediasi oleh Manfaat Fungsional	28
2.3.3 Pengaruh Pemasaran Hijau pada loyalitas konsumen yang dimediasi oleh Manfaat Emosional	30

2.4	Kerangka Penelitian.....	33
BAB III METODA PENELITIAN		
34		
3.1	Desain Penelitian	34
3.2	Lokasi Penelitian	34
3.3	Metoda Pengumpulan Data	34
3.3.1	Sumber Data	34
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data	35
3.3.3	Populasi dan Sampel.....	35
3.3.4	Metoda Pengambilan Sampel	36
3.4	Definisi Operasional	37
3.4.1	Variabel Pemasaran Hijau	38
3.4.2	Variabel Manfaat Fungsional	38
3.4.3	Variabel Manfaat Emosional	39
3.4.4	Variabel Loyalitas Konsumen	40
3.5	Instrumen Penelitian Pendahuluan	40
3.6	Instrumen Penelitian	41
3.7	Metode Analisis Data	42
3.8	Pemenuhan Asumsi-asumsi dalam Analisis SEM.....	43
3.8.1	Identifikasi <i>Outliers</i> dan <i>Missing Value</i>	43
3.8.2	Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	43
3.8.3	Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		
49		
4.1	Deskripsi Data	49
4.2	Profil Responden	49
4.3	Analisis <i>Outliers</i> dan <i>Missing Value</i>	52
4.4	Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	53
4.4.1	Uji Validitas.....	53
4.4.2	Uji Reliabilitas	59
4.5	Statistik Deskriptif.....	61
4.6	Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	65
4.6.1	Pengujian Kesesuaian Model.....	65
4.6.2	Pengujian Model Struktural Sebagai Uji Hipotesis	67

4.7	Pembahasan	73
4.7.1	Pemasaran Hijau berpengaruh positif pada Loyalitas Konsumen.....	73
4.7.2	Manfaat Fungsional Memediasi secara Parsial Pengaruh Positif Pemasaran Hijau pada Loyalitas Konsumen.....	74
4.7.3	Manfaat Emosional Memediasi secara Parsial Pengaruh Positif Pemasaran Hijau pada Loyalitas Konsumen.....	76
BAB V SIMPULAN		79
5.1	Simpulan.....	79
5.2	Implikasi Manajerial.....	79
5.3	Keterbatasan Penelitian	82
5.4	Saran untuk Penelitian Mendatang.....	83
DAFTAR PUSTAKA		84
LAMPIRAN.....		90