

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	19
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	20
1.4 Tujuan Penelitian .....	21
1.5 Manfaat Penelitian .....	21
1.6 Lingkup Penelitian .....	22
1.7 Sistematika Penulisan .....	22
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>25</b>
<b>2.1 Landasan Teori .....</b>	<b>25</b>
2.1.1 Bebas Sampah ( <i>Zero Waste</i> ).....	32
2.1.2 Teori Pemasaran.....	35
2.1.3 <i>Omni Channel</i> .....	37
2.1.4 Tahapan Keputusan Pembelian.....	39



2.1.5 Hirarki Efek .....	47
2.1.6 Merek .....	49
2.1.7 Analisa Pemangku Kepentingan .....	51
2.1.8 Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Penerima Manfaat atau Konsumen .....	56
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu .....	57
2.3 Kerangka Penelitian .....	59
<b>BAB III METODA PENELITIAN.....</b>	<b>62</b>
3.1 Desain Penelitian .....	62
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	64
3.3 Instrumen Penelitian .....	66
3.4 Metode Analisis Data.....	67
3.5 Profil Kasus.....	70
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>77</b>
4.1 Deskripsi Data.....	77
4.2 Pembahasan.....	93
<b>BAB V SIMPULAN .....</b>	<b>102</b>
5.1 Simpulan .....	102
5.2 Keterbatasan.....	103
5.3 Saran .....	103
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>105</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>107</b>