

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi, Perumusan dan Batasan Masalah	11
1.2.1. Identifikasi Masalah	11
1.2.2. Perumusan Masalah	12
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	13
1.3.1. Maksud Penelitian	13
1.3.2. Tujuan Penelitian	13
1.4. Manfaat dan Kegunaan Penelitian	13
1.4.1. Manfaat Secara Teoritis	13
1.4.2. Manfaat Secara Praktis	14
BAB II. DESKRIPSI INDUSTRI	
2.1. Pengertian Pangan Organik	15
2.2. Jenis Produk Pangan Organik	16
2.3. Perkembangan Produk Pangan Organik	18
2.4. Tantangan Industri Pangan Organik	20
2.5. Permasalahan Produk Pangan Organik	24

BAB III. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

3.1. Teori	26
3.1.1. Pengertian Pemasaran Hijau	26
3.1.2. Elemen-elemen Pemasaran Hijau	27
3.1.3. Persepsi Harga	29
3.1.4. Environmental Knowledge / Pengetahuan Lingkungan	36
3.1.5. Attitude / Sikap	38
3.1.6. Minat Pembelian Hijau / Green Purchase Intention.....	43
3.2. Penelitian Terdahulu	46
3.3. Kerangka Pemikiran.....	50
3.4. Hipotesis (Keterkaitan antar Variabel Penelitian)	51
3.4.1. Pengaruh Pengetahuan Lingkungan / Environmental Knowledge terhadap Sikap	51
3.4.2. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Sikap	52
3.4.3. Pengaruh Pengetahuan Lingkungan / Environmental Knowledge terhadap Minat Pembelian Hijau	53
3.4.4. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Pembelian Hijau	54
3.4.5. Pengaruh Sikap terhadap Minat Pembelian Hijau	55

BAB IV METODE PENELITIAN

4.1. Jenis/Desain Penelitian	57
4.2. Variabel Penelitian	58
4.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	59
4.4. Populasi dan Sampel	60
4.4.1. Populasi	60
4.4.2. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	61
4.5. Teknik Pengumpulan Data	62
4.6. Metode Analisis Data	63
4.6.1. Analisis Data Kualitatif	63

4.6.2. Analisis data Kuantitatif	64
4.6.2.1. Uji Validitas	64
4.6.2.2. Uji Realibilitas	65
4.6.2.3. Analisis Structural Equation Model (SEM)	65
4.6.2.4. Konvensi SEM	66
4.6.2.5. Asumsi-asumsi SEM	67
4.7. Pengujian Hipotesis	73
BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	74
5.1.1. Karakteristik Responden	74
5.2. Uji Instrumen dan Hasil Analisis Data	76
5.2.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	76
5.2.2. Uji Normalitas.....	78
5.2.3. Analisis Confirmatory factor Analysis	79
5.3. Hasil Pengujian Hipotesis	80
5.3.1. Model Struktural Pengetahuan Lingkungan	84
5.3.2. Model Struktural Persepsi Harga	85
5.3.3. Model Struktural Sikap	86
5.4. Hasil Pembahasan Penelitian	87
5.4.1. Analisis Pengaruh Pengetahuan Lingkungan terhadap Sikap	87
5.4.2. Analisis Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Sikap	88
5.4.3. Analisis Pengaruh Pengetahuan Lingkungan terhadap Minat Pembelian Hijau.....	89
5.4.4. Analisis Pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Pembelian Hijau	90
5.4.5. Analisis Pengaruh Sikap terhadap Minat Pembelian Hijau	91
5.4.6. Peran sikap dalam memediasi pengaruh pengetahuan lingkungan, persepsi harga terhadap niat pembelian hijau.....	92

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan	94
6.2. Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	109
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	124



UNIVERSITAS
MERCU BUANA