

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	10
1.3. Rumusan Masalah.....	10
1.4. Batasan Masalah	11
1.5. Maksud dan Tujuan Penelitian	11
1.6. Manfaat Penelitian.....	12

BAB II. DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

2.1. Perkembangan Restoran organik di Indonesia	13
2.2. Burgreens restoran dan Perkembangan Bisnis	14

2.2.1.	Sejarah visi dan misi	14
2.2.2.	Manajemen dan perkembangan Burgreens.....	17
2.2.3.	Konsumen Burgreens	18
2.2.4.	Menu dan Pelayanan Burgreens	19
2.2.4.1.	Menu Restoran	19
2.2.4.2.	Pelayanan dan Fasilitas Burgreens	20
2.2.5.	Burgreens saat ini	24

BAB III. KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

3.1.	Kajian Teori	26
3.1.1.	<i>Green Purchase Intention</i>	27
3.1.1.1.	Definisi <i>Green Purchase Intention</i>	27
3.1.1.2.	Indikator <i>Green Purchase Intention</i>	29
3.1.2.	Persepsi Nilai (Persepsi Nilai).....	29
3.1.2.1.	Definisi Persepsi Nilai.....	29
3.1.2.2.	Dimensi Persepsi Nilai	31
3.3.	Sikap	33
3.1.3.1.	Pengertian Sikap	33
3.1.3.2.	Indikator Sikap	35
3.4.	Kualitas Produk	35
3.1.4.1.	Pengertian Kualitas Produk	35
3.1.4.2.	Dimensi Kualitas Produk.....	37
3.1.5.	Persepsi Harga	39

3.1.5.1. Pengertian Persepsi Harga	41
3.1.5.2. Dimensi Persepsi Harga.....	43
3.1.6. Pengetahuan Konsumen	44
3.1.6.1. Pengertian Pengetahuan Konsumen	44
3.1.6.2. Indikator Pengetahuan Konsumen.....	46
3.1.7. Kesadaran Kesehatan.....	47
3.1.7.1. Pengertian Kesadaran Kesehatan.....	47
3.1.7.2. Indikator Kesadaran Kesehatan.....	48
3.1.8. Hubungan Antara Variabel.....	49
3.1.8.1. Hubungan antara Kualitas Produk dengan Persepsi Nilai	49
3.1.8.2. Hubungan antara Persepsi Harga dengan Persepsi Nilai.....	49
3.1.8.3. Hubungan antara Pengetahuan Konsumen dengan Sikap	51
3.1.8.4. Hubungan antara Kesadaran Kesehatan dengan Sikap.....	52
3.1.8.5. Hubungan antara Persepsi Nilai dengan <i>Green Purchase Intention . (GPI)</i>	53
3.1.8.6. Hubungan antara Sikap dengan <i>Green Purchase Intention.....</i>	54
3.2. Penelitian Terdahulu.....	56
3.3. Kerangka Berfikir	59
3.4. Hipotesis	60

BAB IV. METODE PENELITIAN

4.1. Desain Penelitian	61
4.2. Ruang Lingkup Penelitian	62

4.3.	Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian.....	62
4.4.	Variabel Penelitian	62
4.4.1.	Definisi Konsep	63
4.4.2.	Variabel Independen.....	64
4.4.3.	Variabel Intervening.....	65
4.4.4.	Variabel Dependen.....	66
4.5.	Definisi Operasional.....	67
4.6.	Populasi dan Sample Penelitian.....	69
4.6.1.	Populasi	69
4.6.2.	Sample	69
4.7.	Jenis dan Sumber Data	70
4.7.1.	Jenis Data.....	70
4.7.2.	Sumber Data	71
4.8.	Teknik Pengumpulan Data	71
4.9.	Teknik Analisis Data	72
4.9.1.	Analisis Deskriptif.....	72
4.9.1.1.	Deskriptif Responden	72
4.9.1.2.	Deskripsi Jawaban/Kuisisioner	72
4.9.2.	Model Analisis Data	72
4.9.2.1.	Spesifikasi Model	73
4.9.2.2.	Confirmatory Factor Analysis	74
4.9.2.3.	Analysis Offending Estimates.....	75
4.9.2.4.	Uji Validitas dan Reliabilitas	75

4.9.2.5. Uji Kecocokan Keseluruhan Model	77
4.9.2.6. Uji Kecocokan Model Struktural.....	81

BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Hasil Penelitian.....	82
5.1.1. Jenis Kelamin	82
5.1.2. Usia	83
5.1.3. Pendidikan Terakhir	84
5.1.4. Pendapatan Per Bulan.....	85
5.1.5. Pekerjaan	86
5.2. Pra Test	87
5.3. Deskripsi Variabel	92
5.3.1. Kualitas Produk	91
5.3.2. Persepsi Harga	93
5.3.3. Pengetahuan Konsumen	94
5.3.4. Kesadaran Kesehatan.....	94
5.3.5. Persepsi Nilai.....	95
5.3.6. Sikap	96
5.3.7. <i>Green Purchase Intention</i>	97
5.4. Uji Asumsi dan Kualitas Instrumen Penelitian.....	98
5.4.1. Kualitas Produk	99
5.4.2. Persepsi Harga	102
5.4.3. Pengetahuan Konsumen	104

5.4.4.	Kesadaran Kesehatan.....	106
5.4.5.	Persepsi Nilai.....	108
5.4.6.	Sikap	111
5.4.7.	<i>Green Purchase Intention</i>	113
5.5.	Uji Kecocokan Model Pengukuran.....	115
5.6.	Model Pengukuran Uji T-Value dan Pengujian Hipotesis Penelitian	119
5.7.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	120
5.7.1.	Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Persepsi Nilai	120
5.7.2.	Analisis Pengaruh Persepsi Harga terhadap Persepsi Nilai	121
5.7.3.	Analisis Pengaruh Pengetahuan Konsumen terhadap Sikap	122
5.7.4.	Analisis Pengaruh Kesadaran Kesehatan terhadap Sikap	123
5.7.5.	Analisis Pengaruh Persepsi Nilai terhadap <i>GPI</i>	124
5.7.6.	Analisis Pengaruh Sikap terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	125

UNIVERSITAS BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN		
6.1.	Kesimpulan	126
6.2.	Saran	127
6.2.1.	Saran Untuk Restoran Burgreens	127
6.2.2.	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	130
DAFTAR PUSTAKA		
131		
LAMPIRAN		
139		
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....		
182		