

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan	i
Lembar Pernyataan Skripsi	ii
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	v
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar	x
Daftar Lampiran	xi
Abstraksi	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kontribusi Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. Green Marketing	14
B. Green Product	16
C. Green Cosmetic	18
D. Green Positioning	21
1. Pengertian Green Positioning	21
2. Strategi Green Positioning	22
3. Konsep Green Positioning	23
4. Indikator dalam Green Positioning	24
E. Green Purchase Intention	26
1. Pengertian Green Purhcase Intention	26
2. Indikator dalam Green Purchase Intention	27

F. Product Attribute	28
1. Pengertian Product Attribute	28
2. Unsur Product Attribute	29
3. Indikator dalam Product Attribute	32
G. Health Consciousness	33
1. Pengertian Health Consciousness	33
2. Dimensi dalam Health Consciousness	35
3. Indikator dalam Health Consciousness	37
H. Social Influence	38
1. Pengertian Social Influence	38
2. Faktor yang mempengaruhi Social Influence	38
3. Indikator dalam Social Influence	39
I. Purchase Intention	41
1. Pengertian Purchase Intention	41
2. Indikator dalam Purchase Intention	43
J. Penelitian Terdahulu	44
K. Rerangka Konseptual dan Pengembangan Hipotesis	45
L. Kerangka Pemikiran	49
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian	50
B. Desain Penelitian	50
C. Definisi dan Operasional Variabel	50
D. Pengukuran Variabel	53
E. Populasi dan Sampel Penelitian	54
F. Teknik Pengumpulan Data	54
G. Metode Analisa Data	55
BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Perusahaan	71
B. Statistik Deskriptif Responden	75
C. Statistik Deskriptif Variabel	79
D. Analisa SEM	84

E. Pengujian Hipotesis	98
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	106
B. Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN	111



UNIVERSITAS
MERCU BUANA