

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	16
2.1 Teori Pendukung	16
2.1.1 <i>Purchase Decision</i> (Y).....	16
2.1.2 <i>Green Marketing Strategic</i> (X ₁).....	19
2.1.3 <i>Price Perception</i> (X ₂).....	22
2.1.4 <i>Service Quality</i> (X ₃).....	24
2.1.5 <i>Brand Equity</i> (Z).....	26
2.2 Kerangka Teori Dan Pengembangan Hipotesis.....	28

2.2.1	<i>Green Marketing Strategic dan Purchase Decision</i>	28
2.2.2	<i>Green Marketing Strategic dan Brand Equity</i>	29
2.2.3	<i>Price Perception dan Brand Equity</i>	30
2.2.4	<i>Service Quality dan Brand Equity</i>	31
2.2.5	<i>Service Quality dan Purchase Decision</i>	31
2.2.6	<i>Brand Equity dan Purchase Decision</i>	32
BAB III. METODE PENELITIAN		35
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	35
3.1.1	Waktu Penelitian	35
3.1.2	Tempat Penelitian.....	35
3.2	Desain Penelitian	36
3.2.1	Metode Penelitian.....	36
3.3	Populasi Dan Sampel.....	37
3.3.1	Populasi	37
3.3.2	Sampel.....	37
3.4	Pengembangan Instrumen	38
3.4.1	Definisi Konseptual.....	38
3.4.2	Definisi Operasional.....	39
3.4.3	Instrumen <i>Purchase Decision</i>	41
3.4.4	Instrumen <i>Green Marketing Strategic</i>	42
3.4.5	Instrumen <i>Price Perception</i>	44
3.4.6	Instrumen <i>Service Quality</i>	45
3.4.7	Instrumen <i>Brand Equity</i>	46

3.5	Teknik Pengumpulan Data	48
3.6	Teknik Analisis Data	48
3.6.1	Uji Validitas	49
3.6.2	Uji Reliabilitas	50
3.6.3	Uji Kelayakan Model	51
3.6.4	Uji Hipotesis.....	53
BAB. IV HASIL DAN PEMBAHASAN		55
4.1	Deskripsi Data	55
4.1.1	Profil Responden.....	55
4.1.2	Profil Data	60
4.2	Hasil Analisis Data	73
4.2.1	Uji Validitas	73
4.2.2	Uji Reliabilitas	75
4.2.3	Uji Kelayakan Model	76
4.2.4	Uji Hipotesis.....	80
4.3	Pembahasan	81
BAB V. PENUTUP		89
5.1	Kesimpulan.....	89
5.2	Implikasi	90
5.2.1	Implikasi Teoritis	90
5.2.2	Implikasi Praktis.....	92
5.3	Keterbatasan Penelitian	93
5.4	Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya	93
DAFTAR PUSTAKA		95

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persentase Konsumsi Kopi Harian	3
Tabel 1.2 Tempat Mengonsumsi Kopi	3
Tabel 3.1 Indikator <i>Purchase Decision</i>	41
Tabel 3.2 Instrumen <i>Green Marketing Strategic</i>	42
Tabel 3.3 Instrumen <i>Price Perception</i>	44
Tabel 3.4 Instrumen <i>Service Quality</i>	45
Tabel 3.5 Indikator <i>Brand Equity</i>	46
Tabel 3.6 Skala <i>Likert</i>	47
Tabel 3.7 Panduan <i>Factor Loading</i> yang Signifikan Berdasarkan Jumlah Sampel	49
Tabel 3.8 <i>Goodness of Fit Indices</i>	53
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Domisili	55
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	58
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan Per Bulan	59
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif <i>Purchase Decision</i>	61
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif <i>Green Marketing Strategic</i>	64
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif <i>Price Perception</i>	66

Tabel 4.9 Analisis Deskriptif <i>Service Quality</i>	69
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif <i>Brand Equity</i>	71
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas	73
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	75
Tabel 4. 13 <i>Output Goodness Of Fit</i> Sebelum Modifikasi	77
Tabel 4.14 <i>Output Goodness Of Fit</i> Setelah Modifikasi.....	79
Tabel 4. 15 Hasil Uji Hipotesis	81



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persentase Produksi Kopi Menurut Provinsi.....	2
Gambar 1.2 Produk Kopi Jago	5
Gambar 1.3 Gerobak Elektrik Kopi Jago	5
Gambar 2.1 Kerangka Teori Penelitian.....	33
Gambar 4.1 Model Struktural Kerangka Teori Sebelum Modifikasi.....	77
Gambar 4.2 Model Struktural Kerangka Teori Setelah Modifikasi	78



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I. Kuesioner Penelitian.....	103
Lampiran II. Hasil Jawaban Kuesioner	116
Lampiran III. Hasil Analisis Deskriptif Data	121
Lampiran IV. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	122
Lampiran V. Hasil Uji Model Fit	124
Lampiran VI. Hasil Outpout Statistik.....	125
Lampiran VII. Kartu Konsultasi.....	116
Lampiran VIII. Saran dan Perbaikan Skripsi.....	121
Lampiran IX. Hasil Turnitin.....	121