

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1. Manfaat Teoretis.....	9
1.4.2. Manfaat Praktis.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Teori Pendukung.....	11
2.1.1. <i>Purchase Decision</i>	11
2.1.2. <i>Price Perception</i>	12
2.1.3. <i>Green Marketing</i>	14
2.1.4. <i>Brand Awareness</i>	15
2.1.5. <i>Purchase Intention</i>	17
2.2. Penelitian yang relevan.....	18
2.3. Pengembangan Hipotesis.....	19
2.3.1. Pengaruh <i>Price Perception</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	19
2.3.2. Pengaruh <i>Price Perception</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	21
2.3.3. Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	22
2.3.4. Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	23

2.3.5. Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	25
2.3.6. Pengaruh <i>Purchase Intention</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	26
2.4. Kerangka Teoritik dan Hipotesis Penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1. Waktu dan Tempat Penelitian	29
3.2. Desain Penelitian.....	30
3.3. Populasi dan Sampel.....	30
3.3.1. Populasi	30
3.3.2. Sampel.....	31
3.4. Pengembangan Instrumen.....	33
3.4.1. Konseptual Variabel	33
3.4.2. Operasional Variabel.....	33
3.5. Teknik Pengumpulan Data	36
3.6. Teknik Analisis Data.....	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1. Deskriptif Data.....	39
4.1.1. Karakteristik Responden.....	39
4.1.2. Analisis Deskriptif	41
4.2. Hasil Pengujian dan Pembahasan	47
4.2.1. Uji Validitas dan Reliabilitas Data	47
4.2.2. Uji Hipotesis.....	60
4.2.3. Pembahasan.....	61
BAB V PENUTUP	65
5.1. Kesimpulan.....	65
5.3. Implikasi	66
5.2.1. Implikasi Teoretis.....	66
5.2.2. Implikasi Praktis	67
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	67
5.4. Rekomendasi Bagi Peneliti Selanjutnya	68
DAFTAR PUSTAKA	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Point Coffee pada Top Brand Kopi Lokal	5
Tabel 2. 1. Penelitian yang Relevan	18
Tabel 3. 1. Indikator <i>Price Perception</i> (Pertiwi et al., 2022).....	34
Tabel 3. 2. Indikator <i>Green Marketing</i> (Nguyen-Viet, 2023).....	34
Tabel 3. 3. Indikator <i>Brand Awareness</i> (Juliana et al., 2024).....	34
Tabel 3. 4. Indikator <i>Purchase Intention</i> (Wardhana et al., 2021)	35
Tabel 3. 5. Indikator <i>Purchase Decision</i> (Mbete & Tanamal, 2020).....	35
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Beberapa Kriteria	40
Tabel 4.2. Analisis Deskriptis Variabel <i>Price Perception</i>	42
Tabel 4.3. Analisis Deskriptif Variabel <i>Green Marketing</i>	43
Tabel 4.4. Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Awareness</i>	44
Tabel 4.5. Analisis Deskriptif Variabel <i>Purchase Intention</i>	45
Tabel 4.6. Analisis Deskriptif Variabel <i>Purchase Decision</i>	46
Tabel 4.7. Exploratory Factor Analysis Setiap Variabel	49
Tabel 4.8. Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Price Perception</i>	51
Tabel 4.9. Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Green Marketing</i>	53
Tabel 4.10. Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Brand Awareness</i>	54
Tabel 4.11. Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Purchase Intention</i>	55
Tabel 4.12. Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Purchase Decision</i>	57
Tabel 4.13. Hasil <i>Full Model</i> SEM AMOS	58
Tabel 4.14. Hasil <i>Fitted Model</i> SEM AMOS.....	60
Tabel 4.15. Pernyataan Indikator <i>Fitted Model</i>	60
Tabel 4.16. Hasil Uji Hipotesis.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Teoretik.....	29
Gambar 4.1. Model <i>Uji First Order Construct</i>	53
Gambar 4.2. Model <i>Uji First Order Construct</i>	54
Gambar 4.3. Model <i>Uji First Order Construct</i>	55
Gambar 4.4. Model <i>Uji First Order Construct</i>	57
Gambar 4.5. Model <i>Uji First Order Construct</i>	58
Gambar 4.5. <i>Full Model</i>	59
Gambar 4.6. <i>Fitted Full Model</i>	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Turnitin.....	77
Lampiran 2 Kuesioner.....	78
Lampiran 3 Tabulasi SPSS Karakteristik Responden.....	88
Lampiran 4 Tabulasi SPSS Jawaban Responden.....	89
Lampiran 5 Hasil SPSS Karakteristik Responden.....	90
Lampiran 6 Hasil SPSS Responden Hasil.....	91
Lampiran 7 Full Model SEM Amos.....	92
Lampiran 8 Fitted Model SEM Amos.....	93
Lampiran 9 Hasil Hipotesis SEM Amos.....	94

