

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR ORISINALITAS.....	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN TEORITIK.....	8
2.1 Kajian Pustaka	8
2.1.1 Purchase Intention (Minat Pembelian).....	8
2.1.1 Brand Image (Citra Merek).....	11
2.1.2 Price Discount (Diskon Harga).....	16
2.1.3 Perceived Quality (Persepsi Kualitas)	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Kerangka Pemikiran	21
Kerangka Pemikiran	22
2.4 Hipotesis	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Tempat Penelitian.....	24
3.2 Waktu Penelitian	24
3.3 Metode Penelitian.....	24
3.4 Populasi dan Sampel.....	25

3.4.1	Populasi.....	25
3.4.2	Sampel	25
3.5	Metode Pengumpulan Data	26
3.5.1	Data Primer	26
3.5.2	Kuesioner	27
3.6	Operasional Variabel Penelitian	27
3.7	Skala Pengukuran	29
3.8	Metode Analisis Analisis Deskriptif	30
3.9	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	30
3.9.1	Uji Validitas	30
3.9.2	Uji Reliabilitas	31
3.9.3	Kesesuaian Model	32
3.9.4	Uji Hipotesis.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		36
4.1	Deskripsi Data	36
4.2	Hasil Analisis Data	40
4.2.1	Uji Validitas dan Reabilitas	40
4.3	Analisis Deskriptif.....	43
4.3.1	Variabel <i>Brand Image</i> (X1)	43
4.3.2	Variabel <i>Price Discount</i> (X2)	44
4.3.3	Variabel <i>Perceived Quality</i> (X3)	45
4.3.4	Variabel <i>Purchase Intention</i> (Y).....	46
4.4	<i>Exploratory Factor Analysis</i>	48
4.4.1	Variabel <i>Brand Image</i>	48
4.4.2	Variabel <i>Price Discount</i>	49
4.4.3	Variabel <i>Perceived Quality Green Product</i>	50
4.4.4	Variabel <i>Purchase Intention</i>	51
4.5	<i>Confirmatory Factor Analysis</i>	52
4.6	<i>Full Model</i>	53
4.7	Fit Model SEM	54
4.8	Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	57
4.9	Hasil Uji Hipotesis	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		60
5.1	Kesimpulan	60

5.2	Saran.....	61
5.2.1	Saran Praktis.....	61
5.2.2	Saran Teoritis.....	63
	DAFTAR PUSTAKA	64
	LAMPIRAN.....	67
	RIWAYAT HIDUP.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel III.1 Operasional Variabel.....	28
Tabel III.2 Skala <i>Likert</i>	30
Tabel III.3 <i>Goodness of Fit Indices</i>	34
Tabel IV.1 Usia * Jenis Kelamin <i>Crosstabulation</i>	37
Tabel IV.2 Pendidikan * Pekerjaan <i>Crosstabulation</i>	38
Tabel IV.3 Status Pernikahan * Pengeluaran per bulan <i>Crosstabulation</i>	39
Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas.....	42
Tabel IV.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	43
Tabel IV.6 Nilai Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	44
Tabel IV.7 Nilai Analisis Deskriptif Variabel <i>Price Discount</i>	45
Tabel IV.8 Nilai Analisis Deskriptif Variabel <i>Perceived Quality Green Product</i>	47
Tabel IV.9 Nilai Analisis Deskriptif Variabel <i>Purchase Intention</i>	49
Tabel IV.10 <i>KMO and Bartlett's Test</i>	49
Tabel IV.11 Exploratory Factor Analysis variabel <i>Brand Image</i>	50
Tabel IV.12 <i>KMO and Bartlett's Test</i>	51
Tabel IV.13 Exploratory Factor Analysis variabel <i>Price Discount</i>	51
Tabel IV.14 <i>KMO and Bartlett's Test</i>	52
Tabel IV.15 Exploratory Factor Analysis variabel <i>Perceived Quality</i>	52
Tabel IV.16 <i>KMO and Bartlett's Test</i>	53
Tabel IV.17 Exploratory Factor Analysis variabel <i>Purchase Intention</i>	53
Tabel IV.18 Hasil Uji Reliabilitas.....	54
Tabel IV.19 <i>Full Model's Goodness of Fit Indices</i>	56
Tabel IV.20 <i>Fit Model's Goodness of Fit Indices</i>	58
Tabel IV.21 Indikator <i>Fit Model</i>	58
Tabel IV.22 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	59
Tabel IV.23 Hasil uji Hipotesis.....	60
Tabel V.1 Hasil Pengujian Hipotesis.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Data Indonesia sebagai penyumbang kedua sampah plastik di dunia di tahun 2015 – 2019	1
Gambar I.2	Jumlah Pendapatan Penjualan Tumbler Starbucks	2
Gambar II.1	Kerangka Pemikiran	22
Gambar IV.1	<i>Full Model SEM</i>	55
Gambar IV.2	Fit Model SEM.....	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian	68
Lampiran 2	<i>Output Validitas Product Moment Pearson Correlation</i>	74
Lampiran 3	<i>Output Reliabilitas</i>	78
Lampiran 4	<i>Output Goodness of Fit</i>	79
Lampiran 5	<i>Output Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung</i>	79
Lampiran 6	<i>Standardized Total Effect</i>	80
Lampiran 7	<i>Output Critical Ratio(CR)</i>	81