

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
1. Manfaat Teoritis	11
2. Manfaat Praktis	12
BAB II KAJIAN TEORITIK	13
A. Deskripsi Teoritik	13
1. Purchase Intention (Niat Beli)	13
2. <i>Environmental Concern</i> (Kepedulian Lingkungan).....	17
3. <i>Perceived Quality</i> (Persepsi Kualitas)	20
4. <i>Brand Attitude</i> (Sikap terhadap Merek).....	25
B. Hasil Penelitian yang Relevan	32
C. Kerangka Pemikiran.....	34
D. Hipotesis	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
A. Objek dan Ruang Lingkup Penelitian	38
1. Tempat Penelitian	38
2. Waktu Penelitian	38
B. Metode Penelitian	38
C. Populasi dan Sampel	40
1. Populasi.....	40
2. Sampel.....	40

D. Metode Pengumpulan Data.....	43
E. Operasionalisasi Variabel Penelitian	43
F. Skala Pengukuran.....	46
G. Metode Analisis Data.....	47
H. Uji Instrumen	47
1. Uji Validitas	47
2. Uji Reliabilitas	48
3. Kesesuaian Model.....	49
4. Uji Hipotesis	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
A. Deskripsi Data.....	54
1. Analisis Deskriptif <i>Environmental Concern</i>	56
2. Analisis Deskriptif <i>Perceived Quality</i>	57
3. Analisis Deskriptif <i>Brand Attitude</i>	58
4. Analisis Deskriptif <i>Purchase Intention</i>	59
B. Pengujian Hipotesis.....	60
1. Uji Instrumen	60
2. Kesesuaian Model	65
3. Uji Hipotesis	71
C. Pembahasan.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	84