

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	4
1.3 Perumusan Masalah.....	14
1.4 Pertanyaan Penelitian	15
1.5 Tujuan Penelitian.....	15
1.6 Manfaat Penelitian.....	16
1.6.1 Aspek Teoritis.....	16
1.6.2 Aspek Praktis	16
1.7 Ruang Lingkup Penelitian	17
1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian	17
1.7.2 Waktu dan Periode Penelitian.....	17
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA & LINGKUP PENELITIAN.....	19
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	19
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	19
2.1.2 Alat Komunikasi Pemasaran	20
2.1.3 Periklanan	20
2.1.4 <i>Green Advertising</i>	21
2.1.5 Pelaksanaan Manajemen Lingkungan	21

2.1.6 Reputasi Lingkungan	22
2.1.7 Kinerja Keuangan	22
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Pemikiran	28
2.4 Hipotesis Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Karakteristik Penelitian	32
3.2 Alat Pengumpulan Data	33
3.2.1 Variabel Operasional Penelitian	33
3.2.2 Skala Pengukuran	40
3.3 Tahapan Pelaksanaan Penelitian	41
3.4 Populasi dan Sampel	43
3.4.1 Populasi	43
3.4.2 Sampel	43
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data	45
3.5.1 Teknik Pengumpulan Data	45
3.5.2 Sumber Data	45
3.6 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	46
3.6.1 Teknik Analisis Data <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	46
3.6.2 Pengujian Hipotesis	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Karakteristik Responden	50
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Bekerja	51
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan	52
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Perusahaan	53
4.2 Hasil Pengujian Statistik	54
4.2.1 Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	54
4.2.2 Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	62
4.3 Pembahasan Penelitian	66

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran	73
5.2.1 Bagi Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman.....	73
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	