

DAFTAR ISI

HALAMAN MOTTO	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	1
ABSTRACT	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Logo The Body Shop	4
1.1.3 Visi dan Misi The Body Shop.....	5
1.1.4 Produk The Body Shop	6
1.2 Latar Belakang Penelitian	8
1.3 Perumusan Masalah.....	27
1.4 Tujuan Penelitian	28
1.5 Manfaat Penelitian	28
1.5.1 Aspek Teoritis	28
1.5.2 Aspek Praktis	29
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	30
BAB II	32
TINJAUAN PUSTAKA	32
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu.....	32
2.1.1 Pemasaran	32
2.1.2 Green Marketing	32

2.1.3	Repurchase Intention.....	34
2.1.4	Environmental Literacy.....	36
2.1.5	Financial Literacy	37
2.1.6	Mahasiswa.....	38
2.2	Penelitian Terdahulu	41
2.3	Kerangka Pemikiran.....	50
2.4	Hipotesis Penelitian	51
BAB III.....		52
METODE PENELITIAN		52
3.1	Jenis Penelitian	52
3.2	Operasionalisasi Variabel.....	53
3.2.1	Operasionalisasi Variabel.....	53
3.2.2	Skala Pengukuran.....	65
3.3	Tahapan Penelitian	66
3.4	Populasi dan Sampel.....	67
3.5	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	69
3.5.1	Sumber Data.....	69
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data.....	70
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	70
3.6.1	Uji Validitas	70
3.6.2	Uji Reliabilitas	74
3.7	Teknik Analisis Data.....	75
3.7.1	Analisis Deskriptif	75
3.7.2	Teknik Analisis Data.....	77
3.7.3	Uji Hipotesis	80
BAB IV		82
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		82

4.1	Analisis Data Penelitian	82
4.1.1	Karakteristik Responden	82
4.2.	Analisis Deskriptif	87
4.3	Analisis Partial Least Square	97
4.3.1	Outer Model	97
4.3.1.1	Uji Validitas Konvergen	98
4.3.1.2	Uji Validitas Diskriminan	99
4.3.1.3	Uji Reliabilitas	103
4.3.2.	Inner Model	104
4.3.2.1	R-Square	104
4.3.2.2	Uji Hipotesis	105
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	107
4.4.1	Pengaruh Green Marketing terhadap Repurchase Intention	107
4.4.2	Pengaruh Green Marketing terhadap Enviromental Literacy	108
4.4.3	Pengaruh Green Marketing terhadap Financial Literacy	111
4.4.4	Pengaruh Enviromental Literacy terhadap Repurchase Intention	114
4.4.5	Pengaruh Financial Literacy terhadap Repurchase Intention	118
4.4.6	Pengaruh Green Marketing terhadap Repurchase Intention melalui mediasi Enviromental Literacy	121
4.4.7	Pengaruh Green Marketing terhadap Repurchase Intention melalui mediasi Financial Literacy	124
BAB V		128
KESIMPULAN DAN SARAN		128
5.1	Kesimpulan	128
5.2.	Saran	129
5.2.1	Bagi Praktisi	130

5.2.2 Bagi Akademisi.....	130
DAFTAR PUSTAKA.....	131
LAMPIRAN.....	139