

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.2 Latar Belakang	2
1.3 Rumusan Masalah	2
1.4 Tujuan Penelitian	30
1.5 Manfaat Penelitian	31
1.5.1 Manfaat Teoritis	31
1.5.2 Manfaat Praktis	31
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	31
1.7 Sistematika Penulisan	31
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	33
2.1 Landasan Teori.....	33
2.1.1 Pemasaran	33
2.1.2 <i>Green Marketing Mix</i>	34
2.1.3 <i>Green Product</i>	35
2.1.4 <i>Green Price</i>	36
2.1.5 <i>Green Place</i>	38
2.1.6 <i>Green Promotion</i>	39
2.1.7 <i>Repurchase Intention</i>	40

2.1.8 <i>Green Knowledge</i>	41
2.2 Hubungan Antar Variabel	42
2.2.1 Hubungan Antara <i>Green Product</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	42
2.2.2 Hubungan Antara <i>Green Price</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	43
2.2.3 Hubungan Antara <i>Green Place</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	44
2.2.4 Hubungan Antara <i>Green Promotion</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	44
2.2.5 Hubungan <i>Green Knowledge</i> yang Memoderasi <i>Green Marketing Mix</i> pada <i>Repurchase Intention</i>	45
2.3 Penelitian Terdahulu	47
2.3.1 Penelitian Terdahulu Skripsi	47
2.3.2 Penelitian Terdahulu Jurnal Nasional	50
<i>Sumber: Olahan Peneliti, (2025)</i>	52
2.3.3 Penelitian Terdahulu Jurnal Internasional.....	53
2.4 Kerangka Penelitian	56
2.5 Hipotesis Penelitian.....	60
2.6 Ruang Lingkup Penelitian.....	60
BAB III METODE PENELITIAN	62
3.1 Jenis Penelitian.....	62
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	62
3.2.1 Variabel Operasional.....	62
3.2.2 Skala Pengukuran Penelitian.....	66
3.3 Tahapan Penelitian	67
3.4 Populasi dan Sampel	69
3.4.1 Populasi.....	69
3.4.2 Sampel.....	69
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	71
3.5.1 Data Primer	71
3.5.2 Data Sekunder	71
3.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	71

3.6.1 Uji Validitas	71
3.6.2 Uji Reliabilitas	74
3.7 Teknik Analisis Data.....	76
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif	76
3.7.2 <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	78
3.7.3 <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	78
3.7.4 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	79
3.7.5 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	80
3.8 Uji Efek Moderasi	82
3.9 Uji Hipotesis	82
BAB IV HASIL DAN PENELITIAN	85
4.1 Pengumpulan Data	85
4.2 Karakteristik Responden	85
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	85
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	86
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan yang Sedang Ditempuh.....	87
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Universitas	87
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	88
4.3 Analisis Deskriptif	89
4.4 Analisis SEM-PLS	108
4.4.1 Hasil Uji Pengukuran Outer Model (<i>Outer Model</i>)	108
4.4.2 Hasil Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	116
4.5 Hasil dan Pembahasan.....	129
4.5.1 Pembahasan Karakteristik Responden	129
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	140
5.1 Kesimpulan	140
5.2 Saran.....	143
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	143
LAMPIRAN.....	155