

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Batasan Penelitian	5
1.6 Sistematika Penulisan	5
II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 <i>Green Marketing Communication</i>	7
2.2 <i>Brand Image</i>	9
2.3 Minat Beli	10
2.4 Penelitian Terdahulu	10
2.5 Pengaruh antara <i>Green Marketing Communication, Brand Image, dan Minat Beli</i>	11
2.5.1 Pengaruh antara <i>Green Marketing Communication</i> terhadap <i>Brand Image</i>	11
2.5.2 Pengaruh antara <i>Green Marketing Communication</i> terhadap Minat Beli.....	12
2.5.3 Pengaruh antara <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli.....	12
2.5.4 Pengaruh antara <i>Green Marketing Communication</i> terhadap Minat Beli Secara Tidak Langsung melalui <i>Brand Image</i>	13
2.6 Kerangka Konseptual Penelitian	13
III METODOLOGI PENELITIAN	16
3.1 Jenis Penelitian	16
3.2 Metode Pengumpulan Data	16
3.3 Desain <i>Sampling</i>	16
3.4 Variabel Penelitian	17
3.5 Operasional Variabel	18
3.6 Kuesioner Penelitian	18
3.7 Metode Analisis Data	23
3.7.1 Statistik Deskriptif	23
3.7.2 Uji Beda Signifikan	24
3.7.2.1 Uji <i>Mann Whitney U</i>	24

3.7.2.2	Uji <i>Kruskal Wallis H</i>	24
3.7.3	Uji Validitas	24
3.7.4	Uji Reliabilitas	25
3.7.5	Uji Asumsi Klasik	25
3.7.5.1	Uji Data Ekstrem (<i>Outlier</i>)	25
3.7.5.2	Uji Normalitas	25
3.7.5.3	Uji Heteroskedastisitas	26
3.7.6	Uji Analisis Regresi	26
3.7.6.1	Uji Determinasi (<i>R²</i>)	26
3.7.6.2	Uji Signifikansi (Uji <i>F</i>)	26
3.7.6.3	Uji <i>t</i> (<i>t-test</i>)	26
3.7.7	Uji Sobel	27
3.8	<i>Timetable</i> Penelitian	29
IV	PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	30
4.1	Hasil Pra-Survei	30
4.1.1	Uji Validitas	30
4.1.2	Uji Reliabilitas	30
4.2	Hasil Survei	30
4.2.1	Gambaran Profil Responden	31
4.2.1.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	31
4.2.1.2	Profil Responden Berdasarkan Usia	31
4.2.1.3	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	32
4.2.1.4	Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran	32
4.2.2	Analisis Variabel <i>Green Marketing Communication</i> pada Industri <i>Food and Beverages</i>	32
4.2.2.1	Analisis Variabel <i>Active Level of Green Action Communication</i> pada Industri <i>Food and Beverages</i>	32
4.2.2.2	Analisis Variabel <i>Active Level of Green Food Communication</i> pada Industri <i>Food and Beverages</i>	33
4.2.2.3	Analisis Variabel <i>Active Level of Green Donation Communication</i> pada Industri <i>Food and Beverages</i>	33
4.2.3	Analisis Variabel <i>Brand Image</i> pada Industri <i>Food and Beverages</i>	34
4.2.3.1	Analisis Variabel <i>Brand Image</i> Berdasarkan Jenis Kelamin	34
4.2.3.2	Analisis Variabel <i>Brand Image</i> Berdasarkan Generasi	35
4.2.3.3	Analisis Variabel <i>Brand Image</i> Berdasarkan Pengeluaran	35
4.2.4	Analisis Variabel Minat Beli pada Industri <i>Food and Beverages</i>	36
4.2.4.1	Analisis Variabel Minat Beli Berdasarkan Jenis Kelamin	36
4.2.4.2	Analisis Variabel Minat Beli Berdasarkan Generasi	36
4.2.4.3	Analisis Variabel Minat Beli Berdasarkan Pengeluaran	37
4.2.5	Uji Validitas	37
4.2.6	Uji Reliabilitas	38
4.2.7	Uji Asumsi Klasik	38
4.2.7.1	Uji Data Ekstrem (<i>Outlier</i>)	38
4.2.7.2	Uji Normalitas	38
4.2.7.3	Uji Heteroskedastisitas	38
4.2.8	Uji Hipotesis	39

4.2.8.1	Analisis Regresi	39
4.2.8.2	Uji Sobel	46
V	PEMBAHASAN DAN IMPLIKASI PENELITIAN	49
5.1	Pembahasan	49
5.2	Implikasi Penelitian	51
5.2.1	Implikasi Teoritis	51
5.2.2	Implikasi Manajerial	53
VI	KESIMPULAN	56
6.1	Kesimpulan	56
6.2	Keterbatasan Penelitian	56
6.3	Penelitian Lanjutan	57
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Desain <i>Sampling</i>	17
Tabel 3.2	Operasional Variabel	19
Tabel 3.3	Kategori Rata-rata Jawaban Responden – <i>Green Marketing Communication</i>	23
Tabel 3.4	Kategori Rata-rata Jawaban Responden – <i>Brand Image</i>	23
Tabel 3.5	Kategori Rata-rata Jawaban Responden – Minat Beli	24
Tabel 3.6	Kriteria Reliabilitas <i>Cronbach's Alpha</i>	25
Tabel 3.7	<i>Timetable</i> Penelitian.....	29
Tabel 4.1	Ringkasan Hasil Uji Hipotesis	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Konseptual Penelitian – Model 1.....	14
Gambar 2.2	Kerangka Konseptual Penelitian – Model 2.....	14
Gambar 2.3	Kerangka Konseptual Penelitian – Model 3	14
Gambar 3.1	Model Penelitian dengan Variabel Mediator	28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian