

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS DAN BEBAS PLAGIAT	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS DAN BEBAS PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	16
1.1 Latar Belakang.....	16
1.2 Rumusan Masalah	20
1.3 Tujuan Penelitian.....	21
1.4 Batasan Penelitian	21
1.5 Manfaat Penelitian.....	21
1.6 Sistematika Penulisan.....	22
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	24
2.1 Tahapan Membangun Merek.....	24
2.2 <i>Cause-related Marketing</i>	24
2.3 <i>Environmental Awareness</i>	25
2.4 <i>Customer Repurchase Intention</i>	26
2.5 Hipotesis	27
BAB III METODOLOGI.....	29
3.1 Desain Penelitian	29
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	29
3.2.1 Variabel Penelitian	29
3.2.2 Definisi Operasional Variabel.....	29
3.2.2.2 <i>Environmental Awareness</i>	30
3.2.2.3 <i>Repurchase Intention</i>	31

3.3 Populasi, <i>Sampling Method</i> dan <i>Sample Size</i>	32
3.3.1 Tingkat Pengukuran Variabel	33
3.4 Tempat dan Waktu Penelitian	34
3.4.1 Tempat Penelitian.....	34
3.4.2 Waktu Penelitian	34
3.5 Metode Pengumpulan Data	34
3.6 Pengelolaan Data	34
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Uji Validitas.....	35
4.2 Uji Reliabilitas.....	37
4.3 Demografi Responden	38
4.3.1 Usia Responden.....	38
4.3.2 Jenis Kelamin Responden	38
4.4 Uji Asumsi Klasik	39
4.4.1 Uji Normalitas.....	39
4.4.2 Uji Homogenitas	42
4.2.3 Uji Multikoleniaritas	43
4.2.4 Uji Heteroskedastisitas.....	45
4.2.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
4.2.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	47
4.2.7 Uji t.....	48
4.2.8 Uji F	49
4.2.8 <i>Margin of Error</i>	50
BAB V STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS	51
5.1 Profil Perusahaan Duapertigaid.....	51
5.1.2 Desain	51
5.1.2.1 Desain Baju	51
5.1.2.2 Desain <i>Size Tag</i>	53
5.1.2.3 Desain Kemasan.....	59
5.2 Strategi Pengembangan Bisnis	60
5.2.1 Strategi Bisnis.....	60
5.2.2 <i>Business Model Canvas</i>	63
5.2.3 Analisis SWOT	64
5.2.4 <i>Marketing Strategy</i>	64
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	68
6.1 Kesimpulan.....	68

6.2 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	75

