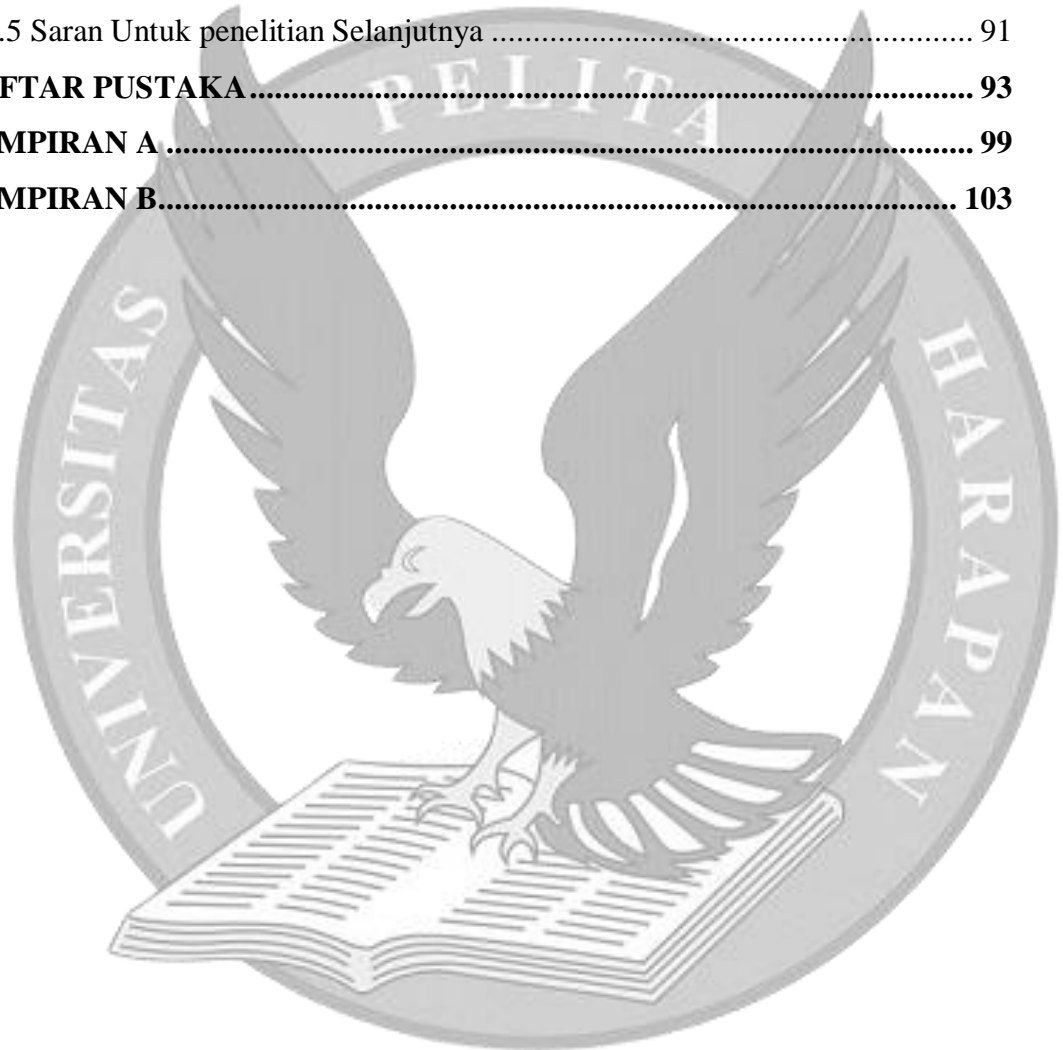


DAFTAR ISI

COVER	
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Masalah Penelitian.....	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Pertanyaan Penelitian	17
1.5 Manfaat Penelitian.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	20
2.1 Green Marketing.....	20
2.2 Green brand affect.....	22
2.3 Green brand attitude	24
2.4 Green brand associations	25
2.4 Green purchase intention	26
2.5 Hubungan antar variable.....	27
2.6 Model Penelitian.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Paradigma Penelitian	33
3.2 Tujuan Penelitian.....	35
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	37
3.4 Unit Analysis	37

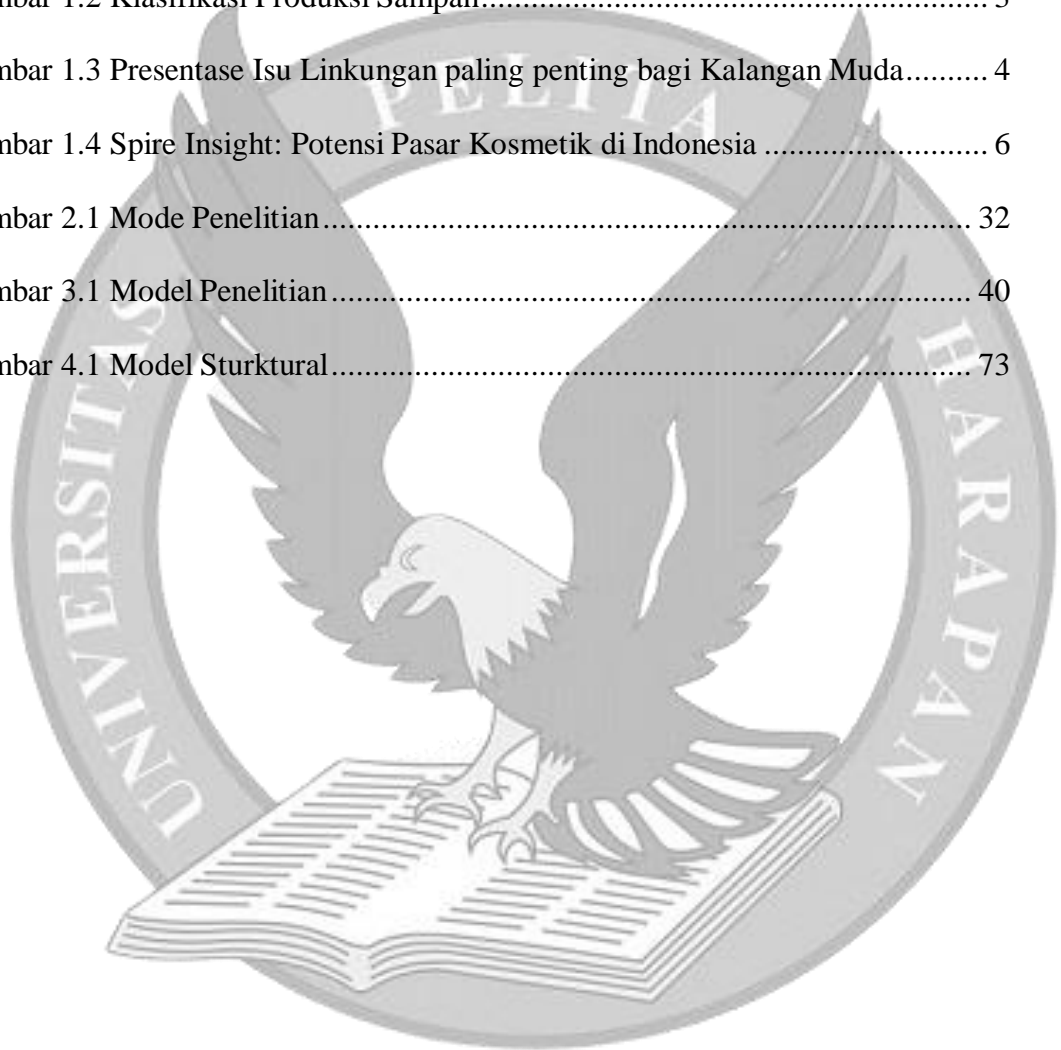
3.5 Pengukuran Variable	38
3.6 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional.....	40
3.7 Skala Pengukuran.....	45
3.8 Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.9 Populasi.....	50
3.10 Sampel	50
3.10.1 Teknik Pengambilan Sampel	51
3.11 Jumlah Sampel	52
3.12 Reseach Interference.....	53
3.13 Time Horizon	53
3.14 Metode Analisis Data	54
3.14.1 Statistik Deskriptif	54
3.15 Goodness of data	55
3.15.1 Uji Reliabilitas	55
3.15.2 Uji Validitas.....	56
3.16 Uji Mediasi.....	57
3.17 Structural Equation Model (SEM).....	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1 Profile Responden	61
4.1.1 Jenis kelamin	62
4.1.2 Responden Berdasarkan Tahun Kelahiran	62
4.1.3 Tingkat Pendidikan.....	63
4.1.4 Domisili.....	64
4.1.5 Penghasilan Responden Perbulan	65
4.2 Uji Aktual.....	66
4.2.1 Statistik Deskriptif	66
4.3.1 Reliabilitas Uji Aktual.....	71
4.4 Model Struktural.....	73
4.4.1 R-square.....	73
4.4.2 Statistik Collinearity (VIF).....	75
4.4.3 Uji Hipotesis	76

4.5 Pembahasan.....	81
4.6 Perbandingan Penelitian Sebelumnya dengan Penelitian Ini	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	88
5.1 Kesimpulan	88
5.2 Implikasi Teoritikal	89
5.3 Implikasi Manajerial.....	89
5.4 Limitasi	90
5.5 Saran Untuk penelitian Selanjutnya	91
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN A	99
LAMPIRAN B.....	103



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Produksi Sampah Dari 1950-2015.....	1
Gambar 1.2 Klasifikasi Produksi Sampah.....	3
Gambar 1.3 Presentase Isu Lingkungan paling penting bagi Kalangan Muda.....	4
Gambar 1.4 Spire Insight: Potensi Pasar Kosmetik di Indonesia	6
Gambar 2.1 Mode Penelitian.....	32
Gambar 3.1 Model Penelitian.....	40
Gambar 4.1 Model Sturktural.....	73



DAFTAR TABEL

Table 1.1 Top Countries Causin Ocean Population.....	2
Table 1.2 Merek Brand Peduli Pada Lingkungan.....	9
Table 1.3 Penelitian Terdahulu Terkait Green Purchase Intention.....	11
Table 3.1 Perbedaan Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan.	35
Table 3.2 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional.....	37
Table 3.3 Perbedaan dan Contoh dari Tipe Skala.....	46
Table 3.4 Kelebihan dan Kekurangan Jenis Kuesioner.....	49
Table 4.1 Profile Responden berdasarkan Jenis Kelamin	62
Table 4.2 Profil Responden berdasarkan Tahun Kelahiran.....	63
Table 4.3 Profile Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	64
Table 4.4 Profile Responden berdasarkan Domisili.....	65
Table 4.5 Profile Responden berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	66
Table 4.6 Statistik Deskriptif Data Aktual.....	67
Table 4.7 Tabel Validitas Konvergen Uji Aktual.....	69
Table 4.8 Tabel Validitas Konvergen Uji Aktual -Nilai AVE.....	70
Table 4.9 Tabel Diskriminan Uji Aktual - Cross Loading.....	71
Table 4.10 Tabel Validitas Diskriminan Uji Aktual - HTMT.....	71
Table 4.11 Table Reliabilitas Uji Aktual	72
Table 4.12 Nilai R-Square.....	74
Table 4.13 Hasil Uji Nilai Inner VIF.....	75
Table 4.14 Uji Hipotesis efek langsung dengan bootstrapping	77

Table 4.15 Uji Hipotesis efek tidak langsung dengan bootstrapping 80

Table 6.16 Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Ini..... 87

