

## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR</b> .....	ii
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>BAB I</b> .....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian .....	9
1.4. Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1. Manfaat teoritis.....	9
1.4.2. Manfaat praktis.....	10
1.5. Sistematika Penulisan Penelitian .....	10
<b>BAB II</b> .....	12
2.1. <i>Expectancy Value Theory</i> .....	12
2.2. <i>Green Brand Image</i> .....	13
2.3. <i>Green Brand Attachment</i> .....	15
2.4. <i>Green Trust</i> .....	17
2.5. <i>Green Repurchase Intention</i> .....	20
2.6. Hubungan Antar Variabel .....	21
2.6.1. Hubungan <i>Green Brand Image</i> dengan <i>Green Repurchase Intention</i> ..	21
2.6.2. Hubungan <i>Green Brand Image</i> dengan <i>Green Brand Attachment</i> .....	22
2.6.3. Hubungan <i>Green Brand Image</i> dengan <i>Green Trust</i> .....	23

2.6.4.	Hubungan <i>Green Brand Attachment</i> dengan <i>Green Repurchase Intention</i> .....	24
2.6.5.	Hubungan <i>Green Trust</i> dengan <i>Green Repurchase Intention</i> .....	25
2.6.6.	Hubungan <i>Green Trust</i> dengan <i>Green Brand Attachment</i> .....	27
2.7.	Usulan Model Penelitian .....	28
<b>BAB III</b>	.....	29
3.1.	Tujuan Penelitian .....	29
3.2.	<i>Epistemology</i> .....	29
3.3.	Metode dan Jenis Penelitian .....	30
3.4.	Unit Analisis .....	31
3.5.	Pengukuran Variabel.....	31
3.6.	Tabel Definisi Konseptual dan Operasional.....	32
3.7.	Skala Pengukuran .....	35
3.8.	Metode Pengumpulan Data .....	36
3.9.	Teknik Penyusunan Kuesioner .....	37
3.10.	Populasi dan Sampel .....	37
3.10.1.	Populasi.....	37
3.10.2.	Sampel.....	38
3.11.	Teknik Pengambilan Sampel.....	38
3.12.	Perhitungan Jumlah Sampel .....	39
3.13.	Teknik Analisis Data .....	39
3.13.1.	Studi Pendahuluan .....	40
3.13.2.	Statistik Deskriptif.....	40
3.13.3.	Statistik Inferensial .....	41
<b>BAB IV</b>	.....	47
4.1.	Profil Responden .....	47
4.1.1.	Jenis Kelamin Responden .....	47
4.1.2.	Usia Responden .....	48
4.1.3.	Pekerjaan Responden.....	48

4.1.4.	Pendapatan Per Bulan Responden .....	49
4.2.	Studi Pendahuluan .....	50
4.2.1.	Uji Validitas .....	50
4.2.2.	Uji Reliabilitas.....	52
4.3.	Uji Statistik Deskriptif .....	54
4.3.1.	Variabel <i>Green Brand Image</i> .....	54
4.3.2.	Variabel <i>Green Brand Attachment</i> .....	55
4.3.3.	Variabel <i>Green Trust</i> .....	56
4.3.4.	Variabel <i>Green Repurchase Intention</i> .....	57
4.4.	Uji Statistik Inferensial .....	58
4.4.1.	Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	58
4.4.2.	Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	61
4.5.	Pembahasan.....	64
4.5.1.	Pengaruh <i>Green Brand Image</i> Terhadap <i>Green Repurchase Intention</i> 65	
4.5.2.	Pengaruh <i>Green Brand Image</i> Terhadap <i>Green Brand Attachment</i> .....	66
4.5.3.	Pengaruh <i>Green Brand Image</i> Terhadap <i>Green Trust</i> .....	67
4.5.4.	Pengaruh <i>Green Brand Attachment</i> Terhadap <i>Green Repurchase Intention</i> .....	68
4.5.5.	Pengaruh <i>Green Trust</i> Terhadap <i>Green Repurchase Intention</i> .....	70
4.5.6.	Pengaruh <i>Green Trust</i> Terhadap <i>Green Brand Attachment</i> .....	71
<b>BAB V</b>	.....	73
5.1.	Kesimpulan.....	73
5.2.	Implikasi Manajerial .....	74
5.3.	Keterbatasan Penelitian.....	75
5.4.	Saran .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	77
<b>LAMPIRAN</b>	.....	84

## DAFTAR TABEL

3.1.	Definisi Konseptual dan Definisi Operasional .....	32
4.1.	Jenis Kelamin Responden .....	47
4.2.	Usia Responden .....	48
4.3.	Pekerjaan Responden .....	48
4.4.	Pendapatan per Bulan Responden .....	49
4.5.	Uji Loading Factor.....	50
4.6.	Pengujian Ulang Uji Loading Factor .....	51
4.7.	Uji AVE .....	52
4.8.	Uji HTMT .....	52
4.9.	Uji Reliabilitas.....	53
4.10.	Statistik Deskriptif Variabel Green Brand Image.....	54
4.11.	Statistik Deskriptif Variabel Green Brand Attachment .....	55
4.12.	Statistik Deskriptif Variabel Green Trust .....	56
4.13.	Statistik Deskriptif Variabel Green Repurchase Intention.....	57
4.14.	Uji Outer Loading/Loading Factor .....	58
4.15.	Uji AVE .....	59
4.16.	Uji HTMT .....	59
4.17.	Uji Cronbach's Alpha dan Composite Reliability .....	60
4.18.	Uji Multikolinearitas.....	61
4.19.	Uji Koefisien Determinasi.....	62
4.20.	Uji Path Coefficient .....	63

## DAFTAR GAMBAR

1.1.	Meningkatnya Green Consumerism .....	2
1.2.	Kampanye “Be Seen, Be Heard” dari The Body Shop.....	4
1.3.	Ketertarikan Kalangan Muda Terhadap Isu Lingkungan Hidup .....	4
1.4.	Penurunan Pendapatan Bersih The Body Shop.....	5
2.1.	Model Penelitian.....	28
4.1.	Outer Model Pretest .....	53
4.2.	Hasil Uji Bootstrapping .....	64

