

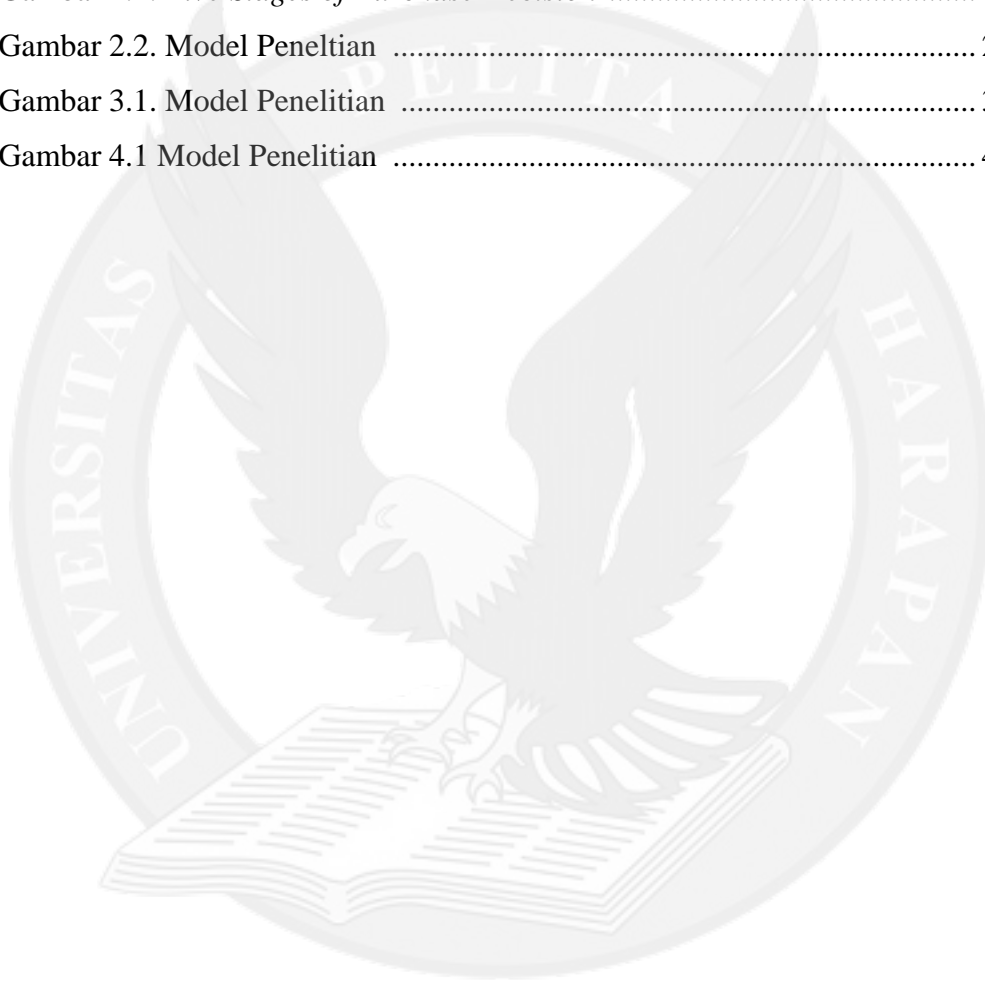
DAFTAR ISI

JUDUL	
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 .Latar Belakang	1
1.2 .Masalah Penelitian	7
1.3 .Tujuan Penelitian	8
1.4 .Batasan Masalah	8
1.5 .Manfaat Penelitian	9
1.6 .Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 <i>Green Purchase Behaviour/Decision</i>	11
2.2 <i>Green Purchase Intention</i>	12
2.3 <i>Green Brand Image</i>	13
2.4 <i>Green Awareness</i>	14
2.5 <i>Green Advertising</i>	15
2.6 <i>Ecological Knowledge</i>	16
2.7 Pengaruh <i>Green Brand Image</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	18
2.8 Pengaruh <i>Green Awareness</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	18
2.9 Pengaruh <i>Green Advertisement</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	19
2.10 Pengaruh <i>Ecological Knowledge</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i> ...	20
2.11 Pengaruh <i>Green Purchase Intention</i> terhadap <i>Green Purchase Behaviour</i>	20
2.12 Beer	21
2.13 Multi Bintang Indonesia	21

2.14 Heineken dan Bintang	22
2.15 Model Penelitian	22
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Subjek dan Objek Penelitian	24
3.2 Penentuan Data dan Sumber Data	24
3.3 Teknik Pengolahan Data	25
3.3.1 Uji Validitas	25
3.3.2 Uji Reliabilitas	25
3.4 Jenis Penelitian	26
3.5 Metode Penarikan Sampel	26
3.6 Metode Analisis Data	27
3.7 Skala Pengukuran	27
3.8 Populasi dan Sampel Penelitian	28
3.9 Teknik Penentuan Jumlah Sampel	28
3.10 Operasional Variabel Penelitian	29
3.11 Analisis <i>Outer Model</i>	31
3.12 Analisis <i>Inner Model</i>	33
3.13 Uji Pretest	33
3.13.1 Hasil Uji Studi Pendahuluan	34
BAB IV PEMBAHASAN	38
4.1 Profil Responden	38
4.2 <i>Descriptive Statistical Analysis</i>	40
4.3 Evaluasi Model Pengukuran <i>Outer Model</i>	44
4.4 Evaluasi Model Pengukuran <i>Inner Model</i>	49
4.5 Uji Hipotesis	54
4.6 Pembahasan	56
BAB V KESIMPULAN & SARAN	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Implikasi Manajerial	61
5.3 Keterbatasan Penelitian	63
5.4 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Suhu Indonesia di tahun 2023 vs 1991-2020	1
Gambar 1.2 Gerakan “Bintang Bersama Bijak”	5
Gambar 1.3 Kolaborasi Multi Bintang Indonesia dan Rekosistem	6
Gambar 1.4 Heineken Greener Bar DWP 2022	6
Gambar 1.5 Heineken Greener Bar Formula E Experience 2022	7
Gambar 2.1. <i>Five Stages of Purchase Decision</i>	11
Gambar 2.2. Model Peneltian	23
Gambar 3.1. Model Penelitian	33
Gambar 4.1 Model Penelitian	44



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 - Definisi Konseptual dan Operasional	29
Tabel 3.2 Tabel AVE Studi Pendahuluan	34
Tabel 3.3 Tabel <i>Loading Factor</i> Studi Pendahuluan	35
Tabel 3.4 Tabel <i>Cross Loading</i> Studi Pendahuluan	36
Tabel 3.5 Pretest <i>Composite Reliability</i>	37
Tabel 4.1 Statistik Deskriptif	38
Table 4.2 <i>Category Based on Mean Scores</i>	40
Tabel 4.3. Statistik Deskriptif Variabel <i>Green Brand Image</i>	40
Tabel 4.4. Statistik Deskriptif Variabel <i>Green Brand Awareness</i>	41
Tabel 4.5. Statistik Deskriptif Variabel <i>Green Brand Advertisement</i>	42
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Variabel <i>Ecological Knowledge</i>	42
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel <i>Green Purchase Intention</i>	43
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Variabel <i>Green Purchase Behavior</i>	43
Tabel 4.9 Tabel AVE	45
Tabel 4.10 Tabel <i>Outer Loading</i>	45
Tabel 4.11 Tabel Fornell Larcker	47
Tabel 4.12 Tabel Hasil Uji HTMT	48
Tabel 4.13 Tabel <i>Composite Reliability</i>	49
Tabel 4.14. Tabel Outer VIF	50
Tabel 4.15 Tabel <i>Inner VIF</i>	50
Tabel 4.16 Tabel R-square	51
Tabel 4.17 Tabel F-square	52
Tabel 4.18 Tabel <i>Goodness-of-Fit</i>	53
Tabel 4.19. Tabel Uji Hipotesis	54