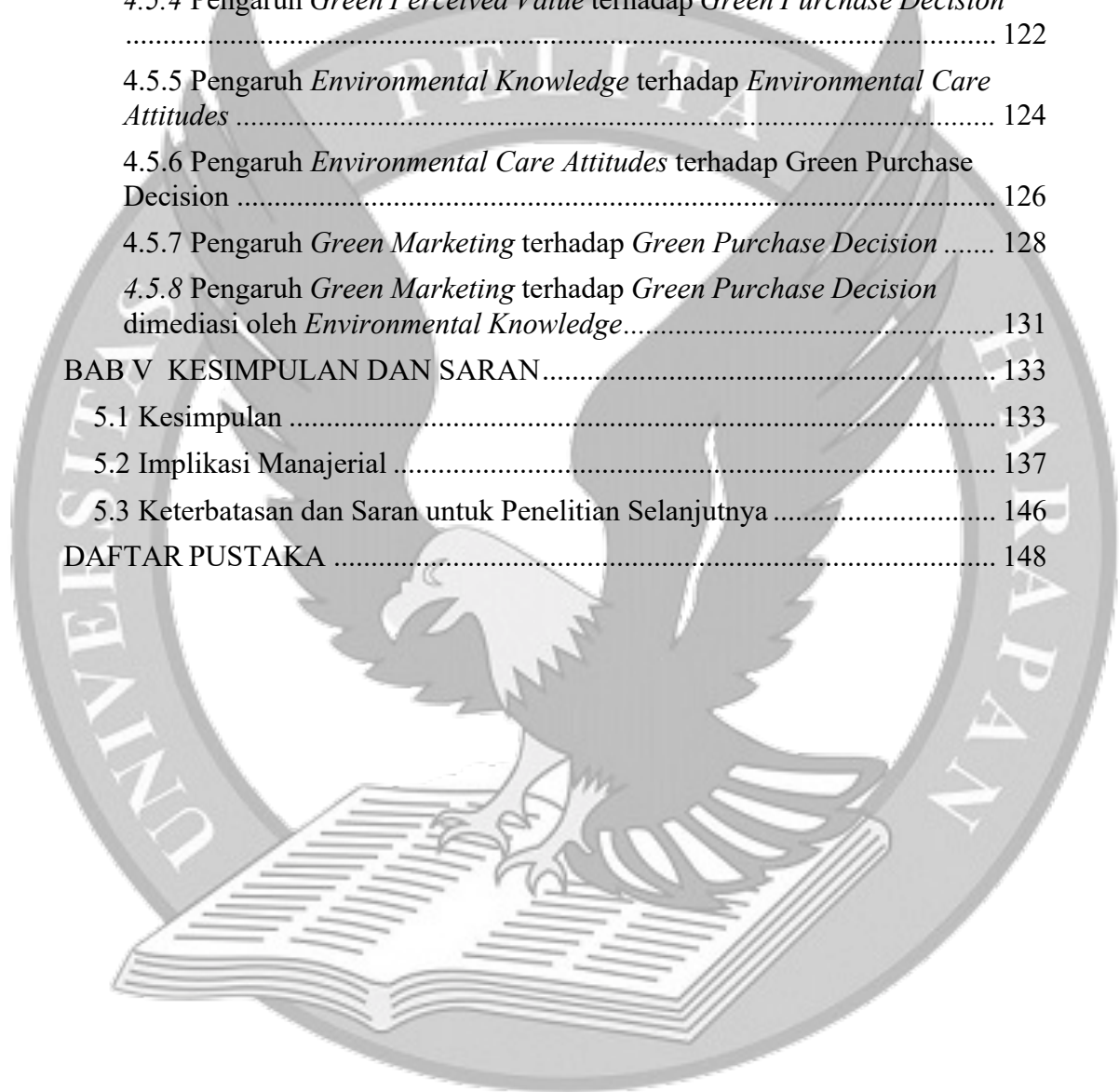


DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	11
1.3 Rumusan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian	15
1.5.1 Manfaat Teoritis	15
1.5.2 Manfaat Praktis	15
1.6 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II LANDASAN TEORI.....	18
2.1 Konsep Konstruk.....	18
2.1.1 <i>Green Purchase Decision</i>	18
2.1.2 <i>Green Marketing</i>	20
2.1.3 <i>Green Brand Image</i>	22
2.1.4 <i>Environmental Care Attitudes</i>	23
2.1.5 <i>Green Perceived Value</i>	25
2.1.6 <i>Environmental Knowledge</i>	26
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Pengembangan Hipotesis	37
2.3.1 Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap <i>Green Brand Image</i>	37
2.3.2 Pengaruh <i>Green Brand Image</i> terhadap <i>Green Purcahse Decision</i>	38
2.3.3 Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap <i>Green Perceived Value</i>	39
2.3.4 Pengaruh <i>Green Perceived Value</i> terhadap <i>Green Purchase Decision</i>	40
2.3.5 Pengaruh <i>Environmental Knowledge</i> terhadap <i>Environmental Care Attitudes</i>	42

2.3.6 Pengaruh <i>Environmental Care Attitudes</i> Terhadap <i>Green Purchase Decision</i>	43
2.3.8 Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap <i>Green Purchase Decision</i> yang dimediasi oleh <i>Environmental Knowledge</i>	45
2.4 Hipotesis.....	46
2.5 Model Penelitian	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	49
3.1 Objek Penelitian	49
3.2 Unit Analisis	50
3.3 Jenis Penelitian.....	51
3.4 Operasionalisasi Variabel Penelitian	52
3.5 Sampel dan Populasi	55
3.5.1 Penentuan Jumlah Sampel.....	56
3.5.2 Metode Penarikan Sampel.....	58
3.6 Metode Pengumpulan Data	59
3.7 Skala Pengukuran.....	60
3.8 Teknik Analisis Data	61
3.8.1 Uji Validitas	62
3.8.2 Uji Reliabilitas	64
3.8.3 Analisis Mediasi	65
3.9 Evaluasi <i>Outer Model</i>	68
3.10 Evaluasi <i>Inner Model</i>	69
3.11 Uji Studi Pendahuluan.....	73
3.11.1 Hasil Uji Reliabilitas	75
3.11.2 Hasil Uji Validitas	76
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	78
4.1 Profil Responden.....	78
4.2 Statistik Deskriptif	79
4.2.1 Analisis <i>Deskriptif Purchase Decision</i>	80
4.2.2 Analisis Deskriptif <i>Green Marketing</i>	82
4.2.3 Analisis Deskriptif <i>Green Brand Image</i>	83
4.2.4 Analisis Deskriptif <i>Green Perceived Value</i>	84
4.2.5 Analisis Deskriptif <i>Environmental Knowledge</i>	86
4.2.6 Analisis Deskriptif <i>Environmental Care Attitudes</i>	87
4.3 Analisis Inferensial.....	88
4.3.1 Evaluasi <i>Outer Model</i>	89

4.3.2 Evaluasi <i>Inner Model</i>	95
4.3.3 Pengujian Hipotesis.....	101
4.5 Diskusi	115
4.5.1 Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap <i>Green Brand Image</i>	116
4.5.2 Pengaruh <i>Green Brand Image</i> terhadap <i>Green Purchase Decision</i> ...	118
4.5.3 Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap <i>Green Perceived Value</i>	120
4.5.4 Pengaruh <i>Green Perceived Value</i> terhadap <i>Green Purchase Decision</i>	122
4.5.5 Pengaruh <i>Environmental Knowledge</i> terhadap <i>Environmental Care Attitudes</i>	124
4.5.6 Pengaruh <i>Environmental Care Attitudes</i> terhadap <i>Green Purchase Decision</i>	126
4.5.7 Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap <i>Green Purchase Decision</i>	128
4.5.8 Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap <i>Green Purchase Decision</i> dimediasi oleh <i>Environmental Knowledge</i>	131
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	133
5.1 Kesimpulan	133
5.2 Implikasi Manajerial	137
5.3 Keterbatasan dan Saran untuk Penelitian Selanjutnya	146
DAFTAR PUSTAKA	148

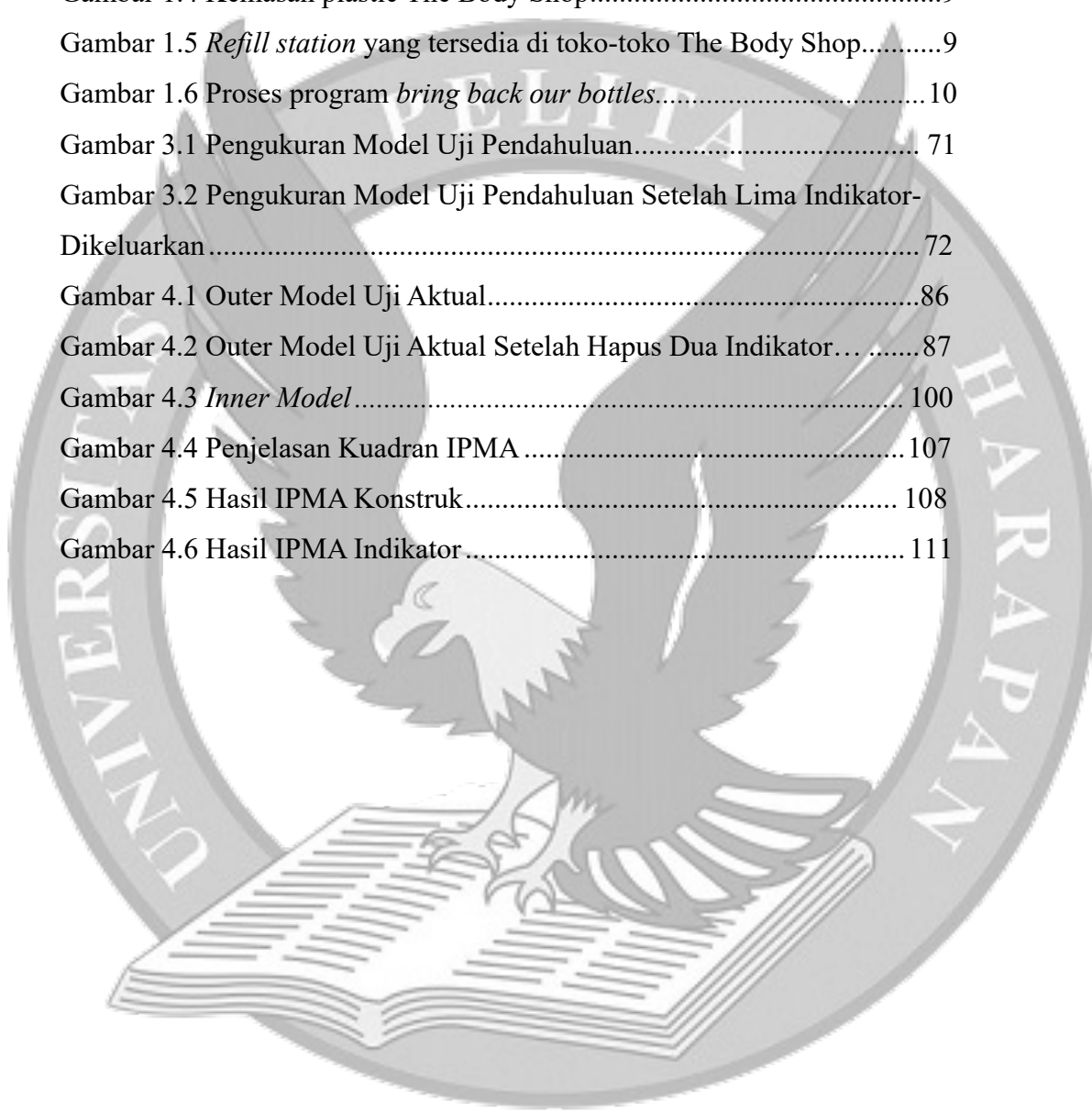


DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Market Share Top Brand Award Fase 1 Kategori Body Mist	10
Tabel 1.2 Market Share Top Brand Award Fase 1 Kategori Body Butter.....	11
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	51
Tabel 3.2 Uji Studi Pendahuluan.....	73
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	74
Tabel 4.1 Profil Demografi Responden.....	75
Tabel 4.2 Skala Statistik Deskriptif.....	77
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Variabel <i>Purchase Decision</i>	78
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel <i>Green Marketing</i>	79
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel <i>Green Brand Image</i>	80
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Green Perceived Value</i>	81
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Environmental Knowledge</i>	83
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Environmental Care Attitudes</i>	84
Tabel 4.9 Hasil Uji Convergent Validity.....	88
Tabel 4.10 Evaluasi <i>Discriminant Validity</i> – Fornell- Larcker <i>Criterion</i>	89
Tabel 4.11 Evaluasi <i>Discriminant Validity</i> – <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i>	90
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	91
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	94
Tabel 4.14 Nilai <i>Coefficient of Determination</i>	96
Tabel 4.15 Nilai <i>Effect Size</i>	97
Tabel 4.16 Nilai <i>Coefficient of relevance</i>	98
Tabel 4.17 Hasil Uji Hipotesis	99
Tabel 4.18 Nilai <i>Importance</i> dan <i>Performance</i> Konstruk.....	108
Tabel 4.19 Nilai <i>Importance</i> dan <i>Performance</i> Indikator.....	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Toko pertama The Body Shop pada tahun 1976	7
Gambar 1.2 Aksi protes mengenai <i>climate change</i>	8
Gambar 1.3 Perjalanan gerakan penolakan <i>animal testing</i>	9
Gambar 1.4 Kemasan plastic The Body Shop.....	9
Gambar 1.5 <i>Refill station</i> yang tersedia di toko-toko The Body Shop.....	9
Gambar 1.6 Proses program <i>bring back our bottles</i>	10
Gambar 3.1 Pengukuran Model Uji Pendahuluan.....	71
Gambar 3.2 Pengukuran Model Uji Pendahuluan Setelah Lima Indikator- Dikeluarkan	72
Gambar 4.1 Outer Model Uji Aktual.....	86
Gambar 4.2 Outer Model Uji Aktual Setelah Hapus Dua Indikator... ..	87
Gambar 4.3 <i>Inner Model</i>	100
Gambar 4.4 Penjelasan Kuadran IPMA	107
Gambar 4.5 Hasil IPMA Konstruk.....	108
Gambar 4.6 Hasil IPMA Indikator	111



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A. KUESIONER UJI PENDAHULUAN	A-1
LAMPIRAN B. HASIL EXCEL UJI PENDAHULUAN.....	B-1
LAMPIRAN C. <i>OUTER LOADING</i> UJI PENDAHULUAN.....	C-1
LAMPIRAN D. KUESIONER UJI AKTUAL.....	D-1
LAMPIRAN E. HASIL EXCEL UJI AKTUAL.....	E-1
LAMPIRAN F. <i>OUTER LOADING</i> UJI AKTUAL	F-1
LAMPIRAN G. <i>INNER MODEL</i> UJI AKTUAL.....	G-1
LAMPIRAN H. LEMBAR PENGAWASAN.....	H-1
LAMPIRAN I. HASIL TURNITIN.....	I-1
LAMPIRAN J. JURNAL ACUAN PRIMER.....	J-1

