

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	V
DAFTAR ISI.....	X
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG PENELITIAN.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	21
1.3 PERTANYAAN PENELITIAN	22
1.4 TUJUAN PENELITIAN	22
1.5 RUANG LINGKUP PENELITIAN.....	23
1.5 MANFAAT PENELITIAN	23
BAB II LITERATURE REVIEW	24
2.1 E-COMMERCE	24
2.1.1 PENTINGNYA E-COMMERCE.....	24
2.2 GREEN TRUST	26
2.3 GREEN PRODUCT	27
2.4 GREEN PERCEIVED VALUE	29
2.5 SUBJECTIVE NORMS.....	31
2.6 PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL.....	33
2.7 PURCHASE INTENTION	35
2.8 HASIL PENELITIAN SEBELUMNYA.....	36

2.9	MODEL PENELITIAN	42
2.10	HIPOTESIS PENELITIAN	43
<u>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</u>		<u>44</u>
3.1	PARADIGMA PENELITIAN	44
3.2	OBJEK PENELITIAN.....	45
3.3	SUBJEK PENELITIAN.....	46
3.4	UNIT ANALISIS	47
3.5	PENGUKURAN VARIABLE	48
3.6	DEFINISI KONSEPTUAL DAN OPERASIONAL VARIABEL	49
3.7	METODE PENGUMPULAN DATA.....	52
3.8	TEKNIK PENGUMPULAN DATA	53
3.9	POPULASI	53
3.10	SAMPLE	54
3.11	TEKNIK ANALISIS DATA	54
3.11.1	ANALISIS MULTIVARIAT	54
3.11.2	PENGUKURAN MODEL (INNER MODEL).....	59
3.12	UJI PENDAHULUAN (PRE-TEST)	61
3.12.1	OUTER MODEL.....	62
3.12.2	OUTER LOADINGS	62
3.12.3	CONSTRUCT RELIABILITY	64
3.12.4	CONSTRUCT VALIDITY	65
3.12.5	UJI DISKRIMINAN VALIDITAS HETEROTRAIT-MONOTRAIT RATIO (HTMT) – MATRIX	66
<u>BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN</u>		<u>68</u>

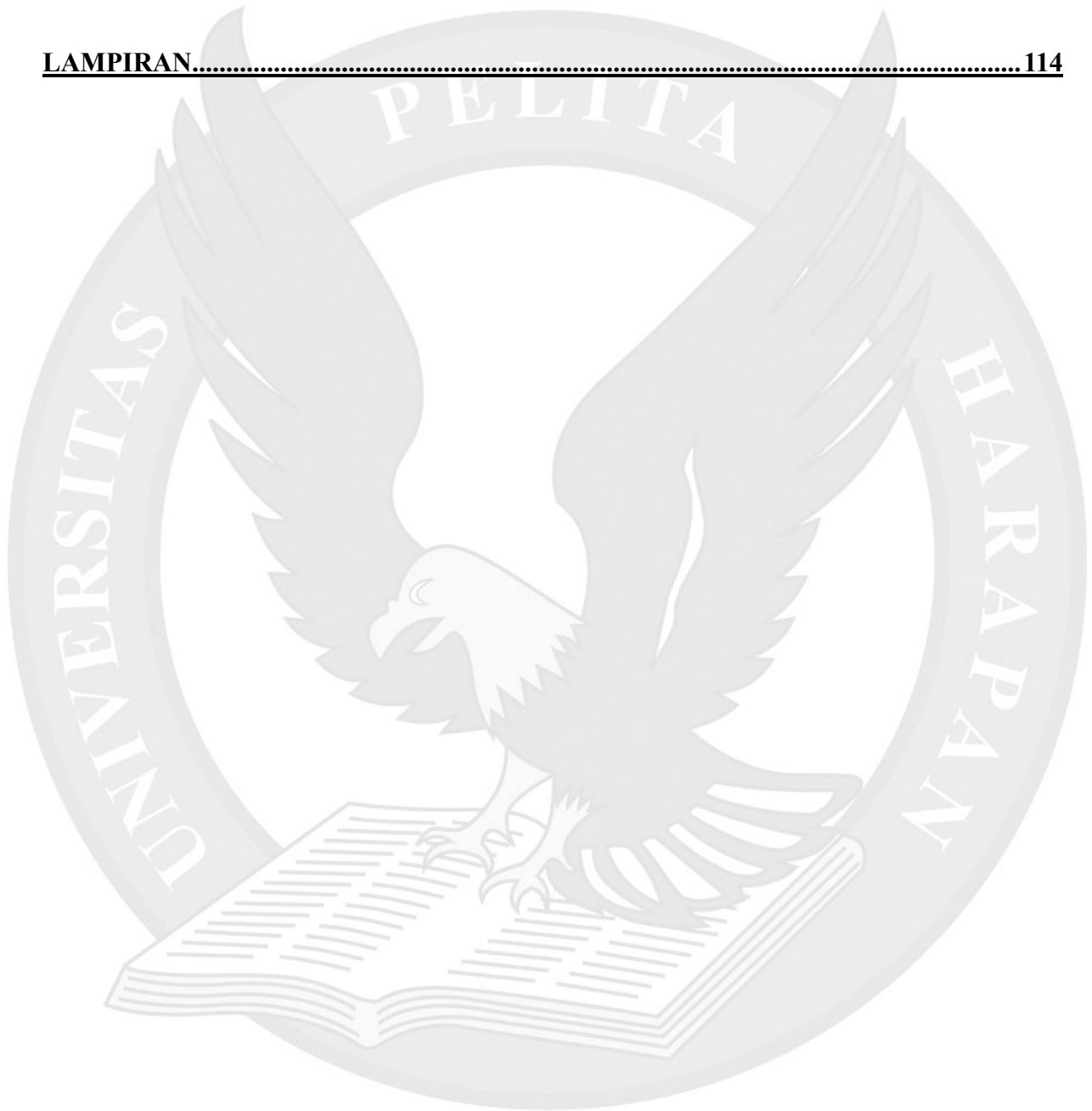
4.1	PROFIL RESPONDEN	68
4.2	ANALISIS DESKRIPTIF	70
4.2.1	STATISTIK DESKRIPTIF VARIABEL <i>GREEN TRUST</i>	70
4.3.2	STATISTIK DESKRIPTIF VARIABEL <i>GREEN PRODUCT</i>	71
4.3.3	STATISTIK DESKRIPTIF VARIABEL <i>GREEN PERCEIVED VALUE</i>	73
4.3.4	STATISTIK DESKRIPTIF VARIABEL <i>SUBJECTIVE NORMS</i>	74
4.3.5	STATISTIK DESKRIPTIF VARIABEL <i>PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL</i>	75
4.3.6	STATISTIK DESKRIPTIF VARIABEL <i>PURCHASE INTENTION</i>	76
4.4	ANALISIS INFERENSIAL.....	78
4.4.1	ANALISIS INFERENSIAL	78
4.4.2	INNER MODEL.....	86
4.5	HIPOTESIS DAN DISKUSI.....	96
4.5.1	<i>GREEN TRUST</i> BERPENGARUH TERHADAP <i>PURCHASE INTENTION</i> MASYARAKAT ATAS PRODUK THE BODY SHOP	96
4.5.2	<i>GREEN PRODUCT</i> BERPENGARUH TERHADAP <i>PURCHASE INTENTION</i> MASYARAKAT ATAS PRODUK THE BODY SHOP	97
4.5.3	<i>GREEN PERCEIVED VALUE</i> BERPENGARUH TERHADAP <i>PURCHASE INTENTION</i> MASYARAKAT ATAS PRODUK THE BODY SHOP.....	98
4.5.4	<i>SUBJECTIVE NORMS</i> BERPENGARUH TERHADAP <i>PURCHASE INTENTION</i> MASYARAKAT ATAS PRODUK THE BODY SHOP	99
4.5.5	<i>PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL</i> BERPENGARUH TERHADAP <i>PURCHASE INTENTION</i> MASYARAKAT ATAS PRODUK THE BODY SHOP.....	100
<u>BAB V KESIMPULAN</u>		<u>101</u>
5.1	KESIMPULAN	101

5.2 IMPLIKASI TEORITIS102

5.3 IMPLIKASI MANAJERIAL106

DAFTAR PUSTAKA109

LAMPIRAN.....114



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Sebelumnya	36
Tabel 3. 1 Definisi Konseptual dan Operasional Variabel	49
Tabel 3. 2 dari hasil uji pretest, tidak ada indicator yang tereliminasi.	63
Tabel 3. 3 Hasil Pretest Construct Reliability	64
Tabel 3. 4 Output Construct Validity	65
Tabel 3. 5 Pengujian Validitas diskriminan dengan HTMT-Pretest	66
Tabel 4. 1 Profil Responden	69
Tabel 4. 2 Kategori Jawaban Responden	70
Tabel 4. 3 Deskripsi Variabel Green Trust	70
Tabel 4. 4 Deskripsi Variabel Green Product	71
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Green Perceived Value	73
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Subjective Norms	74
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Perceived Behavioral Control	75
Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Purchase Intention	77
Tabel 4. 9 Nilai Outer Loadings Sebelum Indikator	79
Tabel 4. 10 Nilai Cronbach's Alpha, Point of Estimate dan Composite Reliability setelah eliminasi.....	81
Tabel 4. 11 Nilai AVE sebelum eliminasi	82
Tabel 4. 12 Nilai AVE sesudah eliminasi	83
Tabel 4. 13 HTMT sesudah eliminasi	84
Tabel 4. 14 HTMT Bootstrapping	85
Tabel 4. 15 Nilai VIF setelah eliminasi	86
Tabel 4. 16 R-Squared	88
Tabel 4. 17 F-Squared	89
Tabel 4. 18 Q2 Predict	91
Tabel 4. 19 Hasil Q2 Predict.....	92
Tabel 4. 20 CVPAT	93
Tabel 4. 21 Hasil Uji Hipotesis	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Statistika Pembuangan Sampah Plastik Global	2
Gambar 1. 2 Peringkat Pembuangan Sampah Dunia	4
Gambar 1. 3 Konsumen Membeli Produk Ramah Lingkungan	5
Gambar 1. 4 Grafik Negara Konsumsi Plastik	7
Gambar 1. 5 Data Pengunjung Platform E-commerce di Indonesia	13
Gambar 1. 6 Data Responden GenZ dan Milenial Terhadap E-Commerce	14
Gambar 1. 7 Kategori Produk Terlaris di Shopee	15
Gambar 1. 8 Program The Body Shop	17
Gambar 1. 9 Top brand The Body Shop tahun 2022	18
Gambar 1. 10 Top brand the body shop tahun 2023	19
Gambar 1. 11 Top brand the body shop tahun 2024	19
Gambar 1. 12 Index penurunan penjualan The Body Shop	20
Gambar 2. 1 Modifikasi model penelitian yang diajukan	42
Gambar 3. 1 Pengujian Outer loading-Pretest	62
Gambar 4. 1 Outer Model sebelum eliminasi	79
Gambar 4. 2 Inner Model	86