

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
ABSTRACT.....	VII
KATA PENGANTAR.....	VIII
DAFTAR ISI	X
DAFTAR TABEL.....	XIV
DAFTAR GAMBAR.....	XV
DAFTAR LAMPIRAN.....	XVI
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	6
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	6
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	7
1.5 SISTEMATIKA PENELITIAN	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1 VARIABEL PENELITIAN	10

2.1.1	<i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	10
2.1.2	<i>Green Product Innovation</i>	12
2.1.3	<i>Green Customer Value</i>	15
2.1.4	<i>Attitude Toward Green Brand</i>	18
2.1.5	<i>Green Perceived Quality</i>	20
2.1.6	<i>Purchase Intention</i>	21
2.2	PENELITIAN TERDAHULU	23
2.3	KERANGKA BERPIKIR	28
2.4	PENGEMBANGAN HIPOTESIS	28
2.4.1	<i>Pengaruh Green Product Innovation terhadap Green Customer Value</i>	28
2.4.2	<i>Pengaruh Green Product Innovation terhadap Purchase Intention</i>	29
2.4.3	<i>Pengaruh Green Customer Value terhadap Purchase Intention</i>	30
2.4.4	<i>Pengaruh Green Customer Value berpengaruh positif terhadap Attitude Toward Green Brand</i>	32
2.4.5	<i>Pengaruh Attitude Toward Green Brand berpengaruh positif terhadap Purchase Intention</i>	32
2.4.6	<i>Pengaruh Green Perceived Quality berpengaruh positif terhadap Purchase Intention</i> 33	
2.4.7	<i>Green Customer Value sebagai mediator antara Green Product Innovation dan Purchase Intention</i>	34
2.4.8	<i>Attitude Toward Green Brand sebagai mediator antara Green Customer Value dan Purchase Intention</i>	35
BAB III METODE PENELITIAN		37
3.1	JENIS PENELITIAN	37

3.2	POPULASI.....	37
3.3	SAMPEL	37
3.4	METODE PENGAMBILAN SAMPEL	38
3.5	TEKNIK PENGUMPULAN DATA	39
3.6	VARIABEL PENELITIAN	39
3.7	METODE ANALISIS DATA	45
3.7.1	<i>Analisis Deskriptif</i>	45
3.7.2	<i>Analisis SEM</i>	45
3.8	UJI PENDAHULUAN (<i>PRE-TEST</i>)	49
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1	HASIL PENELITIAN.....	54
4.1.1	<i>Analisis Deskriptif</i>	57
4.1.2	<i>Model Pengukuran (Outer Model)</i>	60
4.1.3	<i>Model Struktural (Inner Model)</i>	63
4.1.4	<i>IPMA</i>	70
4.2	PEMBAHASAN	76
4.2.1	<i>Pengaruh Green Product Innovation Terhadap Green Customer Value</i>	76
4.2.2	<i>Pengaruh Green Product Innovation Terhadap Purchase Intention</i>	79
4.2.3	<i>Pengaruh Green Customer Value Terhadap Purchase Intention</i>	81
4.2.4	<i>Pengaruh Green Customer Value Berpengaruh Positif Terhadap Attitude Toward Green Brand</i>	83
4.2.5	<i>Pengaruh Attitude Toward Green Brand Berpengaruh Positif Terhadap Purchase Intention</i>	85

4.2.6	<i>Pengaruh Green Perceived Quality Berpengaruh Positif Terhadap Purchase Intention</i>	88
4.2.7	<i>Peran Green Customer Value Dalam Memediasi Pengaruh Green Product Innovation Terhadap Purchase Intention.....</i>	90
4.2.8	<i>Peran Attitude Toward Green Brand Dalam Memediasi Pengaruh Green Customer Value Terhadap Purchase Intention.....</i>	93
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	96
5.1	KESIMPULAN	96
5.2	IMPLIKASI TEORITIS.....	98
5.3	IMPLIKASI MANAJERIAL	99
5.4	KETERBATASAN PENELITIAN	100
5.5	SARAN	100
	DAFTAR PUSTAKA	102
	LAMPIRAN A.....	A
	LAMPIRAN B.....	K
	LAMPIRAN C	N
	LAMPIRAN D	O

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian terdahulu
Tabel 3.1	Definisi Operasional dan Variabel Penelitian
Tabel 3.2	<i>Rule of Thumb Outer Model</i>
Tabel 3.3	<i>Rule of Thumb Inner Model</i>
Tabel 4.1	Rentang Skor dan Kategori Jawaban Skala Likert
Tabel 4.2	Statistik Deskriptif Indikator Variabel Penelitian
Tabel 4.3	Hasil Uji Aktual <i>Convergent Validity</i>
Tabel 4.4	<i>Heterotrait – Monotrait Ratio (HTMT)</i>
Tabel 4.5	Hasil Uji <i>Composite Reliability</i>
Tabel 4.6	Hubungan antar Variabel Laten
Tabel 4.7	Hasil Uji <i>f-square</i>
Tabel 4.8	Hasil Uji <i>R-square</i>
Tabel 4.9	<i>Size and Significance of Path Determination</i>
Tabel 4.10	<i>Importance-performance map [PI] (constructs) – Construct total effects for [PI]</i>
Tabel 4.11	<i>Importance-performance map[PI] (constructs) – Construct Performances for [PI]</i>

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2.1 Kerangka Berpikir
- Gambar 3.1 Grafik Pengalaman Menggunakan Laundry Pods (Pre-test)
- Gambar 3.2 Grafik Jenis Kelamin Responden (Pre-test)
- Gambar 3.3 Grafik Usia Responden (Pre-test)
- Gambar 3.4 Grafik Jenis Pekerjaan Responden (Pre-test)
- Gambar 3.5 Grafik Metode Mencuci Pakaian (Pre-test)
- Gambar 3.6 Grafik Jenis Produk yang Digunakan untuk Mencuci (Pre-test)
- Gambar 4.1 Grafik Pengalaman Menggunakan Laundry Pods
- Gambar 4.2 Grafik Jenis Kelamin Responden
- Gambar 4.3 Grafik Usia Responden
- Gambar 4.4 Grafik Profesi Responden
- Gambar 4.5 Grafik Metode Mencuci Pakaian
- Gambar 4.6 *Inner Model*
- Gambar 4.7 Peta Penting-Performa (*Importance-Performance Map*) IPMA

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	KUESIONER
LAMPIRAN B	PLS-SEM
LAMPIRAN C	BOOTSTRAPPING
LAMPIRAN D	Riwayat Hidup

