

## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK .....	viii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Skema Penulisan.....	10
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	12
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu.....	12
2.1.1 Theory of Planned Behavior .....	12
2.1.2 Green Marketing .....	12
2.1.3 Environmental Concern .....	14
2.1.4 Keputusan Pembelian Hijau.....	15

2.1.5	Sikap.....	15
2.1.6	Norma Subjektif.....	16
2.1.7	Kontrol Perilaku yang Dirasakan.....	17
2.2	Hubungan Antar Variabel .....	18
2.2.1	Pengaruh Variabel <i>Green Marketing</i> terhadap <i>Green Purchase Decision</i> .....	18
2.2.2	Pengaruh Variabel <i>Green Marketing</i> terhadap Sikap, Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku yang Dirasakan .....	19
2.2.3	Pengaruh Variabel <i>Environmental Concern</i> terhadap Sikap, Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku yang Dirasakan .....	19
2.2.4	Sikap, Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku yang Dirasakan terhadap <i>Green Purchase Decision</i> .....	20
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	21
2.5	Hipotesis.....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		23
3.1	Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional Variabel.....	23
3.1.1	Variabel Penelitian .....	23
3.1.2	Defenisi Operasional Variabel .....	24
3.2	Populasi dan Sampel .....	28
3.2.1	Populasi.....	28
3.2.2	Sampel.....	28
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	30
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	30
3.5	Metode Analisis Data .....	32
BAB IV HASIL DAN ANALISI DATA.....		38
4.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	38

4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	38
4.1.2	Gambaran Umum Responden .....	39
4.2	Analisis Data SEM .....	42
4.2.1	Mengembangkan Model secara Teoritis .....	42
4.2.2	Mengembangkan Diagram Alur.....	43
4.2.3	Memasukkan Diagram Alur ke dalam Persamaan.....	44
4.2.4	Memilih Matriks Input dan Mengestimasi Model .....	46
4.2.5	Uji Reliabilitas dan Validitas <i>Measurement Model</i> .....	60
4.2.6	Menginterpretasi dan Memodifikasi Model.....	65
4.2.7	Pengujian Hipotesis.....	66
4.3	Pembahasan .....	68
4.3.1	Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian Hijau	68
4.3.2	Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap Sikap .....	69
4.3.3	Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap Norma Subjektif .....	70
4.3.4	Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap Kontrol Perilaku yang Dirasakan .....	71
4.3.5	Pengaruh <i>Environmental Concern</i> terhadap Sikap .....	71
4.3.6	Pengaruh <i>Environmental Concern</i> terhadap Norma Subjektif.....	72
4.3.7	Pengaruh <i>Environmental Concern</i> terhadap Kontrol Perilaku yang Dirasakan .....	73
4.3.8	Pengaruh Sikap terhadap Keputusan Pembelian Hijau.....	73
4.3.9	Pengaruh Norma Subjektif terhadap Keputusan Pembelian Hijau .	74
4.3.10	Pengaruh Kontrol Perilaku yang Dirasakan terhadap Keputusan Pembelian Hijau.....	75
BAB V PENUTUP.....		76
5.1	Kesimpulan.....	76

5.2	Keterbatasan Penelitian .....	79
5.3	Saran .....	79
5.3.1	Implikasi Kebijakan .....	79
5.3.2	Saran untuk Penelitian Mendatang.....	80
	DAFTAR PUSTAKA .....	82
	LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN.....	86
	LAMPIRAN B TABULASI DATA MENTAH PENELITIAN.....	94
	LAMPIRAN B HASIL ANALISIS STRUCTURAL EQUATION MODELING .....	102