

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3. Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Kegunaan penelitian.....	13
1.5 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II.....	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Theory of Reason Action (TRA).....	15
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	16
2.1.3 Grenwashing Perceptions	18
2.1.4 Green Word of Mouth.....	19
2.1.5 Green Perceived Value.....	20
2.1.6 Green Purchase Intention.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Hubungan Antar Variabel	30
2.3.1 Pengaruh Greenwasing Perceptions terhadap Green Word of Mouth.....	30
2.3.2 Pengaruh Green Word of Mouth terhadap Green Perceived Value	31

2.3.3 Pengaruh Green Word of Mouth terhadap Green Purchase Intention	32
2.3.4 Pengaruh Green Perceived value terhadap Green Purchase Intention	34
2.4 Kerangka Pemikiran Teoretis	36
2.5 Hipotesis	36
BAB III	37
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	37
3.1.1 Variabel Penelitian	37
3.1.2 Definisi operasional	38
3.2 Populasi Penelitian	40
3.3 Sampel Penelitian	40
3.4 Jenis Sumber Data	42
3.5 Metode Pengumpulan Data	42
3.6. Metode Analisis Data	43
3.6.1 Analisis Kuantitatif	43
3.6.2 Tahapan pengujian SEM	43
BAB IV	49
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	49
4.1.1 Gambaran umum objek penelitian	49
4.1.2 Deskripsi Umum Responden	49
4.2 Uji Instrumen Data	53
4.2.1 Uji Validitas	53
4.2.2 Uji Reliabilitas	54
4.2.3 Uji Normalitas Data	54
4.2.4 Hasil Uji Identifikasi Outliers	56
4.3 Analisis Structural Equation Model (SEM)	59
4.3.1 Hasil Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA)	59
4.4 Analisis Full Structural Equation Model (SEM)	65
4.4.1 Hasil Uji Kriteria Goodnes of Fit Model	65
4.4.2 Uji Multicolinearity dan Singularity	68
4.4.3 Uji Nilai Residual	68

4.5 Hasil Analisis Direct Effects, Indirect Effects, dan Total Effects.....	69
4.6 Hasil Uji Hipotesis	72
BAB V.....	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Implikasi Teoritis	78
5.3 Implikasi Manajerial	80
5.4 Keterbatasan Penelitian	82
5.5 Saran untuk Penelitian selanjutnya.....	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN.....	89