

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Problematisasi	6
1.2.1. Kesenjangan Penelitian	6
1.2.2. Masalah Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Metodologi	12
1.5 Sistematika Penulisan	12
BAB II.....	14
TELAAH PUSTAKA.....	14
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu	14
2.1.1 Landasan Teori: Resources Advantage Theory of Competition (RATOC)	14
2.1.2 Source Credibility Theory (SCT).....	15

2.1.3 <i>Theory of Planned Behaviour</i> (TBP)	15
2.1.4 Environmental Knowledge	16
2.1.5 Green Trust.....	18
2.1.6 Green WOM.....	20
2.1.7 Purchase Intention.....	22
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	24
2.2.1 Pengaruh Variabel Environmental Knowledge terhadap Green Trust .	24
2.2.2 Pengaruh Variabel <i>Green Trust</i> terhadap <i>Green WOM</i>	25
2.2.3 Pengaruh Variabel Green WOM terhadap Purchase Intention.....	27
2.2.4 Pengaruh Variabel Green Trust terhadap Purchase Intention.....	28
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	29
2.4 Hipotesis.....	30
BAB III	31
METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	31
3.1.1 Variabel Penelitian	31
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	32
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	34
3.2.1 Populasi.....	34
3.2.2 Sampel.....	34
3.3 Jenis dan Sumber Data	35
3.4 Metode Pengumpulan Data	36
3.4.1 Pengumpulan Data Primer	36
3.4.2 Pengumpulan Data Sekunder	37
3.5 Metode Analisis Data	37

3.5.1 Pengujian Kualitas Data Penelitian.....	37
3.5.2 Uji Structural Equation Model (SEM).....	38
BAB IV	45
HASIL DAN ANALISIS	45
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	45
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian	45
4.1.2 Gambaran Umum Responden	46
4.2 Hasil Analisis Data.....	47
4.2.1 Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA).....	47
4.2.2 Uji Struktural.....	58
4.2.3 Pengujian Hipotesis.....	69
4.3 Interpretasi Hasil	70
4.3.1 Pengaruh Environmental Knowledge terhadap green trust.....	70
4.3.2 Pengaruh <i>Green trust</i> terhadap <i>Green WOM</i>	71
4.3.3 Pengaruh Green WOM terhadap Purchase Intention	71
4.4.4 Pengaruh Green Trust terhadap Purchase Intention	72
BAB V.....	73
PENUTUP.....	73
5.1 Kesimpulan	73
5.1.1 Kesimpulan Atas Diterimanya Hipotesis	73
5.1.2 Kesimpulan Masalah Penelitian.....	75
5.2 Implikasi Teoritis.....	76
5.3 Implikasi Manajerial	80
5.4 Keterbatasan.....	84
5.5 Saran Untuk Penelitian Mendatang.....	84

DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN A	93
LAMPIRAN B:	103