

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----|
| HALAMAN JUDUL | i |
| SERTIFIKASI | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN | iv |
| <i>ABSTRACT</i> | v |
| ABSTRAK | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Pengantar | 1 |
| 1.2 Problematisasi | 2 |
| 1.2.1 Kesenjangan Penelitian | 2 |
| 1.2.2 Masalah Penelitian | 6 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 8 |
| 1.4 Metodologi | 8 |
| 1.5 Konteks Studi | 9 |
| 1.6 Sistematika Tesis | 14 |
| BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL | 15 |
| 2.1 Perspektif Teori Landas | 15 |
| 2.2 Pengembangan Variabel dan Hipotesis Penelitian | 19 |
| 2.2.1 Iklan Hijau | 19 |
| 2.2.2 Pelabelan Ekologis | 22 |
| 2.2.3 Kesesuaian Diri dengan Merek Hijau | 26 |
| 2.2.4 Keterlibatan Konsumen | 33 |
| 2.2.5 Perilaku Pembelian Produk Hijau | 40 |
| 2.3 Model Penelitian Empirik | 47 |
| 2.4 Dimensionalisasi Konsep | 48 |

| | |
|---|-----|
| BAB III METODE PENELITIAN | 52 |
| 3.1 Pengantar..... | 52 |
| 3.2 Pertanyaan Penelitian dan Hipotesis..... | 53 |
| 3.3 Desain Penelitian | 55 |
| 3.4 Populasi dan Sampel Penelitian | 57 |
| 3.4.1 Populasi | 57 |
| 3.4.2 Sampel..... | 58 |
| 3.5 Prosedur Pengumpulan Data..... | 59 |
| 3.5.1 Kuesioner | 60 |
| 3.5.2 Studi Kepustakaan..... | 61 |
| 3.6 Instrumen Penelitian | 62 |
| 3.7 Proses Analisis Data..... | 67 |
| 3.7.1 Pengembangan Model Berbasis Teori..... | 68 |
| 3.7.2 Pengembangan Diagram Jalur (<i>Path Diagram</i>)..... | 69 |
| 3.7.3 Pemilihan Jenis Input Matrik dan Estimasi Model | 71 |
| 3.7.4 Penilaian Masalah Identifikasi Model Struktural..... | 72 |
| 3.7.5 Evaluasi Kriteria <i>Goodness-of-Fit</i> | 73 |
| 3.7.6 Interpretasi dan Modifikasi Model..... | 77 |
| 3.8 Etika Penelitian | 78 |
| BAB IV HASIL DAN ANALISIS | 81 |
| 4.1. Deskripsi Objek Penelitian | 81 |
| 4.1.1. Deskripsi Umum Objek Penelitian..... | 81 |
| 4.1.2. Deskripsi Umum Responden..... | 83 |
| 4.1.3. Analisis Indeks Jawaban Responden..... | 94 |
| 4.2. Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM) | 100 |
| 4.2.1. Uji <i>Conformatory Factor Analysis</i> (CFA)..... | 100 |
| 4.2.2. Uji Model Struktural Keseluruhan | 112 |
| 4.2.3. Ukuran Sampel..... | 114 |
| 4.2.4. Uji Normalitas | 115 |
| 4.2.5. Uji <i>Multivariate Outliner</i> | 117 |
| 4.2.6. Uji Multikolinearitas dan Singularitas | 118 |
| 4.2.7. Uji Validitas Konvergen | 120 |

| | |
|---|-----|
| 4.2.8. Uji Reliabilitas..... | 122 |
| 4.2.9. Uji Nilai Residual..... | 124 |
| 4.2.10. Pengujian Hipotesis..... | 125 |
| 4.2.11. Analisis Pengaruh (<i>Direct, Indirect, dan Total Effect</i>) | 129 |
| BAB V PENUTUP | 135 |
| 5.1. Ringkasan Penelitian..... | 135 |
| 5.2. Kesimpulan Masing-masing Hipotesis | 138 |
| 5.2.1. Kesimpulan Hipotesis 1 | 139 |
| 5.2.2. Kesimpulan Hipotesis 2 | 141 |
| 5.2.3. Kesimpulan Hipotesis 3 | 143 |
| 5.2.4. Kesimpulan Hipotesis 4 | 145 |
| 5.2.5. Kesimpulan Hipotesis 5 | 148 |
| 5.2.6. Kesimpulan Hipotesis 6 | 150 |
| 5.3. Kesimpulan Masalah Penelitian..... | 152 |
| 5.3.1. Jalur 1: <i>Self-Green Brand Congruity</i> | 153 |
| 5.3.2. Jalur 2: <i>Self-Green Brand Congruity dan Customer Engagement</i> ... | 154 |
| 5.3.3. Jalur 3: <i>Self-Green Brand Congruity dan Customer Engagement</i> ... | 155 |
| 5.4. Implikasi Teoritis | 157 |
| 5.5. Implikasi Manajerial | 159 |
| 5.6. Keterbatasan Penelitian..... | 161 |
| 5.7. Agenda Penelitian Mendatang | 162 |
| DAFTAR PUSTAKA | 164 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN..... | 175 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | 216 |

FEB UNDIP