

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 <i>Research Gap</i>	11
1.3 Rumusan Masalah	16
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	17
1.5 Tujuan Penelitian	18
1.6 Manfaat Penelitian	19
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	19
1.6.2 Manfaat Praktis	20
1.7 Sistematika Penulisan	20
BAB II.....	23
TELAAH PUSTAKA	23
2.1 Landasan Teori.....	23
2.1.1 Teori Kepercayaan dan Komitmen (<i>Commitment Trust Theory</i>)	23
2.2 Pengertian Variabel.....	25
2.2.1 Produk Ramah Lingkungan (<i>Eco-Friendly Product</i>).....	25
2.2.2 Marketing Hijau (<i>Green Marketing</i>).....	26
2.2.3 Kualitas Produk (<i>Product Quality</i>)	27

2.2.4	Reputasi Merek Hijau (<i>Green Brand Reputation</i>)	28
2.2.5	Keputusan Pembelian (<i>Purchase Decision</i>).....	29
2.2.6	Loyalitas Konsumen (<i>Customer Loyalty</i>)	30
2.3	Hubungan Antar Variabel	31
2.3.1	Pengaruh <i>Eco-Friendly Product</i> Terhadap <i>Green Brand Reputation</i> . 31	
2.3.2	Pengaruh <i>Green Marketing</i> Terhadap <i>Green Brand Reputation</i>	34
2.3.3	Pengaruh <i>Green Marketing</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	36
2.3.4	Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Green Brand Reputation</i>	39
2.3.5	Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	41
2.3.6	Pengaruh <i>Green Brand Reputation</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	43
2.3.7	Pengaruh <i>Green Brand Reputation</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	46
2.3.8	Pengaruh <i>Purchase Decision</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	48
2.4	Kerangka Penelitian	51
BAB III	52
METODE PENELITIAN	52
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	52
3.1.1	Variabel Penelitian	52
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	54
3.2	Populasi dan Sampel	56
3.2.1	Populasi.....	56
3.2.2	Sampel.....	57
3.3	Jenis dan Sumber Data	58
3.3.1	Jenis Data	58
3.3.2	Sumber Data.....	59
3.4	Metode Pengumpulan Data	61
3.4.1	Kuesioner	61
3.4.2	Studi Kepustakaan.....	62
3.5	Metode Analisis	63
3.6	Uji Kelayakan Kuesioner	64
3.6.1	Uji Validitas	65
3.6.2	Uji Reliabilitas	66
3.7	Analisis Univariat	67
3.8	Analisis Multivariat.....	67
3.8.1	Pengembangan Model Penelitian Berdasarkan Teori	68

3.8.2	Penyusunan Diagram Jalur dan Hubungan Kausal Antarvariabel	69
3.8.3	Penentuan Matriks Input dan Teknik Estimasi Model.....	70
3.8.4	Menilai Masalah Identifikasi Model Struktural	70
3.8.5	Uji Asumsi SEM	71
3.8.6	Evaluasi Kesesuaian Model (<i>Goodness of Fit</i>)	73
3.8.7	Interpretasi Hasil dan Modifikasi Model	76
BAB IV	78
HASIL DAN PEMBAHASAN	78
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	78
4.1.1	Deskripsi Umum Objek Penelitian	78
4.1.2	Deskripsi Umum Responden	79
4.2	Analisis SEM	82
4.2.1	Penilaian Asumsi yang Digunakan dalam SEM	83
4.2.2	<i>Measurement Model (Confirmatory Factor Analysis)</i>	87
4.2.3	Uji Reliabilitas dan <i>Variance Extracted</i>	94
4.2.4	Uji Struktural Full Model.....	96
4.2.5	Analisis <i>Direct Effect, Indirect Effect, dan Total Effect</i>	103
4.3	Interpretasi Hasil	110
4.3.1	Pengaruh <i>Eco-Friendly Product</i> terhadap <i>Green Brand Reputation</i> 110	
4.3.2	Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap <i>Green Brand Reputation</i>	111
4.3.3	Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	113
4.3.4	Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Green Brand Reputation</i>	115
4.3.5	Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	116
4.3.6	Pengaruh <i>Green Brand Reputation</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	118
4.3.7	Pengaruh <i>Green Brand Reputation</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	120
4.3.8	Pengaruh <i>Purchase Decision</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	121
BAB V	124
PENUTUP	124
5.1	Simpulan	124
5.1.1	Kesimpulan Atas Diterimanya Hipotesis	124
5.1.2	Kesimpulan Masalah Penelitian.....	130
5.2	Implikasi Teoritis	132
5.3	Implikasi Manajerial	134
5.4	Keterbatasan.....	137

5.5 Saran Untuk Penelitian Mendatang.....	138
DAFTAR PUSTAKA	140
LAMPIRAN.....	150

