

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	11
1.4 Sistematika Penulisan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen.....	15
2.1.2 Teori Perilaku Konsumen Islam	17
2.1.3 Theory of Planned Behavior	19
2.1.4 <i>Value-Belief-Norm Theory</i>	22
2.1.5 <i>Self-Efficacy Theory</i>	24
2.1.6 Sukuk Hijau	25
2.1.7 Intensi Investasi Sukuk Hijau	28
2.1.8 Sikap	29
2.1.9 Norma Subjektif.....	30
2.1.10 Persepsi Kontrol Perilaku	31
2.1.11 Religiusitas.....	32

2.1.12 Kesadaran Lingkungan	34
2.1.13 Literasi Keuangan Digital	36
2.2 Penelitian Terdahulu	38
2.3 Kerangka Pemikiran	45
2.4 Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis Penelitian	47
BAB III METODE PENELITIAN	59
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	59
3.2 Populasi dan Sampel	62
3.3 Jenis dan Sumber Data	63
3.4 Metode Pengumpulan Data	64
3.5 Metode Analisis Data	65
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif	65
3.5.2 <i>Partial Least Squares Structural Equation Modeling</i> (PLS-SEM)	65
3.6 Pengujian Hipotesis	67
3.6.1 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	67
3.6.2 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	70
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	75
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian	75
4.1.1 Deskripsi Responden	75
4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian	77
4.2 Uji Instrumen Penelitian	86
4.2.1 Hasil <i>Outer Model</i>	86
4.2.2 Hasil <i>Inner Model</i>	92
4.3 Interpretasi Hasil	104
BAB V PENUTUP	117
5.1 Kesimpulan	117
5.2 Keterbatasan	119
5.3 Saran	121
DAFTAR PUSTAKA	124
LAMPIRAN	129