

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
SERTIFIKASI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRACT .....	vi
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	7
1.5 Manfaat Penelitian .....	8
1.6 Ruang Lingkup Penelitian.....	8
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian .....	11
2.1.1 <i>Green Marketing</i> .....	11
2.1.2 <i>Green Brand</i> .....	14
2.1.3 <i>Green Brand Positioning</i> .....	14
2.1.4 <i>Attitude Toward Green Brand</i> .....	15
2.1.5 <i>Green Brand Knowledge</i> .....	16
2.1.6 <i>Perceived Value</i> .....	17
2.1.7 <i>Green Product Purchase Intention</i> .....	18

2.2 Penelitian Terdahulu .....	21
2.3 Hipotesis Penelitian .....	23
2.4 Kerangka Pemikiran.....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
3.1 Karakteristik Penelitian.....	30
3.2 Metode Kuantitatif .....	34
3.2.1 Populasi dan Sampel Kuantitatif .....	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data Kuantitatif .....	36
3.3.1 Skala Pengukuran.....	36
3.3.1 Pengumpulan dan Sumber Data .....	37
3.4 Teknik Analisis Data Kuantitatif .....	38
3.4.1 Model Persamaan Struktural .....	38
3.4.2 <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	38
3.4.3 Tahapan Partial Least Square .....	39
3.5 Metode Kualitatif .....	48
3.5.1 Teknik Pengumpulan Data Kualitatif.....	48
3.6 Teknik Analisis Data Kualitatif .....	49
3.6.1 Uji Validitas Data Kualitatif .....	51
3.6.2 Analisis Data Hasil Penelitian Kualitatif .....	52
3.7 Metode Campuran.....	52
3.7.1 Deskripsi Data Kombinasi .....	52
3.7.2 Analisis Data Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif.....	53
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>55</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	55
4.2 Analisis Data Kuantitatif.....	57
4.2.1 Evaluasi <i>Measurement (Outer) Model</i> .....	57
4.2.2 <i>Convergent Validity</i> .....	57
4.2.3 <i>Discriminant Validity</i> .....	59

4.2.4	<i>Composite reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> .....	61
4.2.5	Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	61
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian Kuantitatif.....	67
4.4	Analisis Data Kualitatif .....	71
4.4.1	Hasil Analisis Data.....	72
4.4.2	<i>Green Purchase Intention</i> .....	72
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>79</b>
5.1	Kesimpulan .....	79
5.1.1	Pembahasan Kesimpulan Kuantitatif .....	79
5.1.2	Pembahasan Kesimpulan Kualitatif .....	82
5.2	Implikasi Kebijakan .....	83
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	84
5.4	Agenda Penelitian Mendatang .....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>87</b>
<b>LAMPIRAN 1.....</b>		<b>92</b>
<b>LAMPIRAN 2.....</b>		<b>98</b>
<b>CURRICULUM VITAE.....</b>		<b>106</b>