

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 <i>Self Congruence Theory</i>	18
2.2 Variabel Penelitian.....	20
2.2.1 <i>Environmental Concern</i> (Kepedulian Lingkungan).....	20
2.2.2 <i>Green Product Involvement</i>	21
2.2.3 <i>Self-Image Congruence with Green Product</i>	22
2.2.4 <i>Green Purchase Intention</i>	23
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	24
2.3.1 Hubungan <i>Environmental Concern</i> dan <i>Green Product Involvement</i>	24

2.3.2 Hubungan <i>Green Product Involvement</i> dan <i>Green Purchase Intention</i>	26
2.3.3 Hubungan <i>Green Product Involvement</i> dan <i>Self-Image Congruence towards Product</i>	27
2.3.4 Hubungan <i>Self-Image Congruence towards Product</i> dan <i>Green Purchase Intention</i>	29
2.4 Model Penelitian Empirik	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	32
3.1.1 Variabel Penelitian.....	32
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	32
3.2 Populasi and Sampel	36
3.2.1 Populasi.....	36
3.2.2 Sampel	36
3.3 Metode Pengumpulan Data	37
3.3.1 Jenis dan Sumber Data.....	37
3.3.2 Kuesioner	37
3.3.3 Observasi	38
3.3.4 Studi Kepustakaan	38
3.4 Metode Analisis.....	38
3.4.1 Mengembangkan Model Berbasis Teori.....	39
3.4.2 Mengembangkan Diagram Alur serta Konversi Diagram Alur ke dalam Persamaan Struktural	39
3.4.3 Memilih Matriks Input Data Estimasi Model	40
3.4.4 Analisis Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi Model	41
3.4.5 Evaluasi Kriteria <i>Goodness-of-fit</i>	41
3.4.6 Interpretasi dan Modifikasi Model	45
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	47
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	47
4.1.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian	47
4.1.2 Deskripsi Umum	48

4.1.3 Analisis Indeks Jawaban Responden	53
4.2 Analisis SEM.....	66
4.2.1 Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA).....	67
4.2.2 Uji Struktural	72
4.2.3 Pengujian Hipotesis	93
4.2.4 Analisis Direct Effect, Indirect Effect dan Total Effect	95
4.3 Interpretasi Hasil	97
4.3.1 Pengaruh <i>Environmental Concern</i> terhadap <i>Green Product Involvement</i> ..	97
4.3.2 Pengaruh <i>Green Product Involvement</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	98
4.3.3 Pengaruh <i>Green Product Involvement</i> terhadap <i>Self-Image Congruence</i> ..	99
4.3.4 Pengaruh <i>Self-Image Congruence</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	99
4.4 Analisis Efek Mediasi	100
BAB V PENUTUP.....	107
5.1 Ringkasan Penelitian	107
5.2 Kesimpulan atas Diterimanya Hipotesis	108
5.3 Kesimpulan Masalah Penelitian	110
5.4 Implikasi Teoritis	113
5.5 Implikasi Manajerial.....	114
5.6 Keterbatasan Penelitian	118
DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	128