

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| PERSETUJUAN SKRIPSI | ii |
| PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN..... | iii |
| PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI..... | iv |
| MOTO DAN PERSEMBAHAN..... | v |
| ABSTRACT..... | vi |
| ABSTRAK..... | vii |
| KATA PENGANTAR..... | viii |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR..... | xvi |
| DAFTAR TABEL..... | xvii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xix |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 14 |
| 1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian..... | 15 |
| 1.4 Sistematika Penulisan..... | 16 |
| BAB II PENDAHULUAN..... | 18 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 18 |

| | | |
|--------------------------------|---|----|
| 2.1.1 | <i>Green marketing</i> | 18 |
| 2.1.2 | <i>Brand image</i> | 30 |
| 2.1.3 | <i>Purchase decision</i> | 33 |
| 2.2 | Hubungan Antar Variabel | 39 |
| 2.2.1 | Hubungan antara <i>Green product</i> dengan <i>Brand image</i> | 39 |
| 2.2.2 | Hubungan antara <i>green price</i> dan <i>brand image</i> | 40 |
| 2.2.3 | Hubungan antara <i>Green place</i> dengan <i>Brand image</i> | 41 |
| 2.2.4 | Hubungan antara <i>green promotion</i> dengan Keputusan Pembelian 42 | |
| 2.2.5 | Hubungan antara <i>brand image</i> dengan <i>purchase decisions</i> | 43 |
| 2.2.6 | <i>Brand image</i> mampu memediasi hubungan <i>green product</i> terhadap <i>purchase decision</i> | 44 |
| 2.2.7 | <i>Brand image</i> mampu memediasi hubungan <i>green price</i> terhadap <i>purchase decision</i> | 45 |
| 2.2.8 | <i>Brand image</i> mampu memediasi hubungan <i>green place</i> terhadap <i>purchase decision</i> | 46 |
| 2.2.9 | <i>Brand image</i> mampu memediasi hubungan <i>green place</i> terhadap <i>purchase decision</i> | 47 |
| 2.3 | Penelitian Terdahulu | 48 |
| 2.4 | Kerangka Pemikiran Teoritis..... | 53 |
| 2.5 | Hipotesis..... | 53 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | | 55 |
| 3.1 | Variabel Penelitian dan Definisi operasional | 55 |
| 3.1.1 | Variabel Penelitian | 55 |

| | | |
|--|--|-----------|
| 3.1.2 | Definisi Operasional..... | 56 |
| 3.2 | Populasi dan Sampel | 59 |
| 3.3 | Jenis dan Sumber Data | 60 |
| 3.4 | Metode Pengumpulan Data | 61 |
| 3.5 | Metode Analisis Data | 61 |
| 3.5.1 | Analisis deskriptif..... | 62 |
| 3.5.2 | Analisis Kuantitatif..... | 63 |
| 3.5.3 | Uji Statistik dan Uji Model FIT..... | 65 |
| BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN..... | | 68 |
| 4.1 | Deskripsi Objek Penelitian..... | 68 |
| 4.1.1 | Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 68 |
| 4.1.2 | Gambaran Umum Responden..... | 69 |
| 4.1.3 | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 69 |
| 4.1.4 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 70 |
| 4.1.5 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan | 70 |
| 4.1.6 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 71 |
| 4.1.7 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan..... | 71 |
| 4.2 | Uji Kualitas dan Instrumen Data..... | 72 |
| 4.2.1 | Uji Validitas | 72 |
| 4.2.2 | Uji Reliabilitas..... | 74 |
| 4.3 | Analisis Faktor Konfirmatori (<i>confirmatory Factor Analysis</i>) | 75 |

| | | |
|---|---|------------|
| 4.3.1 | Konstruk Variabel <i>Green product</i> | 75 |
| 4.3.2 | Konstruk Variabel <i>Green price</i> | 76 |
| 4.3.3 | Konstruk Variabel <i>Green place</i> | 76 |
| 4.3.4 | Konstruk Variabel <i>Green promotion</i> | 78 |
| 4.3.5 | Konstruk Variabel <i>Brand image</i> | 79 |
| 4.3.6 | Konstruk Variabel <i>Purchase decisions</i> | 80 |
| 4.3.7 | Konstruk Eksogen | 81 |
| 4.3.8 | Konstruk Endogen..... | 83 |
| 4.4 | Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)..... | 84 |
| 4.4.1 | Pembahasan Model Berdasarkan Teori..... | 84 |
| 4.4.2 | Menyusun Diagram Alur..... | 84 |
| 4.4.3 | Konversi Diagram Alur ke dalam Persamaan Struktural | 85 |
| 4.4.4 | Input Matriks dan Estimasi Model | 86 |
| 4.4.5 | Interpretasi dan model Modifikasi Model..... | 101 |
| 4.5 | Pengujian hipotesis..... | 101 |
| 4.6 | Pembahasan..... | 106 |
| 4.7 | Kesimpulan Hipotesis | 119 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | | 120 |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 120 |
| 5.2 | Implikasi Teoritis..... | 123 |
| Tabel 5. 1 Implikasi Teoritis | | 123 |

| | | |
|--------------------------------------|-----------------------------------|------------|
| 5.3 | Implikasi Manajerial..... | 123 |
| Tabel 5.2 Implikasi Manajerial | | 123 |
| 5.4 | Keterbatasan Penelitian..... | 125 |
| 5.5 | Agenda Penelitian Mendatang | 125 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 127 |
| LAMPIRAN..... | | 132 |

