

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
BAB I	1
1.1 Pengantar	1
1.2 Problematikasi	14
1.2.1 Kesenjangan Penelitian	14
1.2.2 Perumusan Masalah	18
1.2.3 Pertanyaan Penelitian	19
1.2.4 Tujuan Penelitian	20
1.2.5 Sistematika Penulisan	20
BAB II	22
2.1 <i>Theory of Planned Behavior</i>	22
2.2 Definisi Variabel	24
2.2.1 <i>Green Marketing</i>	24
2.2.2 <i>Green Purchase Intention</i>	28
2.2.3 <i>Green Customer Behavior</i>	31
2.2.4 <i>Customer Preference</i>	33
2.2.5 <i>Customer Loyalty</i>	36
2.3 Pengembangan Hubungan Variabel	38
2.3.1 Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	38
2.3.2 Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap <i>Green Customer Behavior</i>	40
2.3.3 Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap <i>Customer Preference</i>	43
2.3.4 Pengaruh <i>Green Purchase Intention</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	46
2.3.5 Pengaruh <i>Green Customer Behavior</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	48
2.3.6 Pengaruh <i>Customer Preference</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	52

2.4 Kerangka Pemikiran	55
BAB III	56
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	56
3.1.1 Variabel Penelitian.....	56
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	58
3.2 Populasi dan Teknik Sampel	60
3.2.1 Populasi.....	60
3.2.2 Sampel	60
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	61
3.3.1 Jenis Data.....	61
3.3.2 Sumber Data	62
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	62
3.4.1 Kuesioner	62
3.4.2 Studi Pustaka	64
3.4.3 Pilot Study	64
3.5 Metode Analisis	66
3.6 Analisis Data.....	66
3.6.1 Analisis Data Univariat.....	66
3.6.2 Analisis Data Multivariat.....	66
BAB IV	80
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	80
4.1.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian	80
4.1.2 Deskripsi Umum Responden	81
4.1.3 Analisis Indeks Jawaban Responden	85
4.2 Analisis SEM.....	93
4.2.1 Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA).....	93
4.2.2 Uji Struktural	103
4.2.3 Pengujian Hipotesis	114
4.2.4 Analisis <i>Direct Effect, Indirect Effect, dan Total Effect</i>	118
4.3 Interpretasi Hasil.....	121
4.3.1 Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	121
4.3.2 Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap <i>Green Customer Behavior</i>	122
4.3.3 Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap <i>Customer Preference</i>	122
4.3.4 Pengaruh <i>Green Purchase Intention</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	123

4.3.5	Pengaruh <i>Green Customer Behavior</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	124
4.3.6	Pengaruh <i>Customer Preference</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	125
BAB V		126
5.1	Simpulan	126
5.1.1	Kesimpulan Atas Diterimanya Hipotesis	126
5.1.2	Kesimpulan Masalah Penelitian	129
5.2	Implikasi Teoritis	132
5.3	Implikasi Manajerial	134
5.4	Keterbatasan Penelitian	136
5.5	Saran Penelitian Mendatang	136
DAFTAR PUSTAKA		138

