

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
<i>Sertifikasi</i> .....	ii
PENGESAHAN TESIS .....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
DAFTAR RUMUS .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	17
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	19
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	21
2.1 Landasan Teori .....	21
2.1.1 <i>Theory of Message Framing</i> .....	21
2.1.2 <i>Message Framing</i> .....	23
2.1.3 <i>Costumer Attitude Intention</i> .....	27
2.1.4 <i>Caused-Related Marketing</i> .....	29
2.1.5 <i>Green Brand Trust</i> .....	34
2.1.6 <i>Sustainable Consumption Response</i> .....	37
2.2 Definisi Operasional Variabel dan Pengembangan Hipotesis .....	40
2.2.1 Defenisi Operasional Variabel .....	40
2.2.2 Pengembangan Hipotesis .....	43

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>56</b>
3.1 <b>Jenis dan Sumber Data .....</b>	<b>56</b>
3.2 <b>Populasi dan Sampling.....</b>	<b>56</b>
3.3 <b>Metode Pengumpulan Data .....</b>	<b>57</b>
3.3.1 <b>Kuesioner .....</b>	<b>57</b>
3.3.2 <b>Studi Pustaka.....</b>	<b>58</b>
3.4 <b>Teknik Analisis.....</b>	<b>58</b>
<b>BAB IV HASIL DAN ANALISIS DATA.....</b>	<b>60</b>
4.1 <b>Deskripsi Objek Penelitian .....</b>	<b>60</b>
4.1.1 <b>Gambaran Umum Objek Penelitian .....</b>	<b>60</b>
4.1.2 <b>Gambaran Umum Responden Penelitian .....</b>	<b>61</b>
4.2 <b>Uji Asumsi Structural Equation Model (SEM) .....</b>	<b>63</b>
4.2.1 <b>Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA) .....</b>	<b>64</b>
4.2.2 <b>Uji Kualitas dan Instrumen Data Penelitian .....</b>	<b>74</b>
4.2.3 <b>Uji Normalitas Data .....</b>	<b>79</b>
4.3 <b>Analisis Full SEM .....</b>	<b>82</b>
4.3.1 <b>Hasil Uji Kriteria Goodness of Fit Model.....</b>	<b>82</b>
4.3.2 <b>Uji Nilai Residual .....</b>	<b>84</b>
4.3.3 <b>Uji Hipotesis.....</b>	<b>85</b>
4.3.4 <b>Uji <i>Direct Effects</i> (Efek Langsung), <i>Indirect Effects</i>                     (Tidak Langsung, dan <i>Total Effects</i> (Efek Total) .....</b>	<b>99</b>
<b>BAB V Penutup .....</b>	<b>104</b>
5.1 <b>Kesimpulan .....</b>	<b>104</b>
5.2 <b>Keterbatasan Penelitian.....</b>	<b>107</b>
5.3 <b>Implikasi.....</b>	<b>107</b>
5.3.1 <b>Implikasi Teori.....</b>	<b>107</b>
5.3.2 <b>Implikasi Kebijakan .....</b>	<b>109</b>
5.4 <b>Saran.....</b>	<b>109</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>111</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>121</b>
<b>LAMPIRAN 1 Kuesioner Penelitian .....</b>	<b>121</b>

<b>LAMPIRAN 2 Tabulasi Data .....</b>	<b>128</b>
<b>LAMPIRAN 3 Hasil Pengujian Menggunakan AMOS 24 .....</b>	<b>136</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>139</b>

