

## DAFTAR ISI

SERTIFIKASI .....	ii
PENGESAHAN TESIS .....	iii
<i>ABSTRACT</i> .....	iv
ABSTRAK .....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	8
1.4 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....	12
2.1 Telaah Pustaka .....	12
2.1.1 <i>Green Marketing</i> .....	12
2.1.2 <i>Theory Planned Behavior (TPB)</i> .....	13
2.1.3 <i>Green Purchase Behavior</i> .....	14
2.1.4 <i>Environmental Attitude</i> .....	16
2.1.5 <i>Green Brand Image</i> .....	18
2.1.6 <i>Willingness to Pay</i> .....	20
2.2 Pengaruh Antar Variabel.....	21
2.2.1 <i>Environmental Environmental Attitude dan Willingness to Pay</i> .....	21

2.2.2	<i>Environmental Environmental Attitude dan Green Purchase Behavior</i> .....	23
2.2.3	<i>Green Brand Image dan Willingness to Pay</i> .....	24
2.2.4	<i>Green Brand Image dan Green Purchase Behavior</i> .....	25
2.2.5	<i>Willingness to Pay dan Green Purchase Behavior</i> .....	26
2.2.6	<i>Efek Mediasi Willingness to Pay Pada Hubungan Environmental Attitude dan Green Purchase Behavior</i> .....	26
2.2.7	<i>Efek Mediasi Willingness to Pay Pada Hubungan Green Brand Image dan Green Purchase Behavior</i> .....	27
2.3	Penelitian Terdahulu .....	28
2.4	Kerangka Pemikiran dan Hipotesis .....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....		34
3.1	Jenis dan Sumber Data .....	34
3.1.1	Data Primer .....	34
3.1.2	Data Sekunder .....	34
3.2	Populasi dan Sampel .....	35
3.2.1	Populasi .....	35
3.2.2	Sampel.....	35
3.3	Definisi Operasional dan Indikator Pengukuran Variabel .....	36
3.4	Metode Penghimpunan Data .....	38
3.5	Teknik Analisis Data.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		46
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
4.2	Gambaran Umum Responden Penelitian.....	47
4.2.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
4.2.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	49

4.2.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili.....	50
4.2.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
4.2.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	51
4.2.6	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan .....	52
4.2.7	Deskripsi Responden Berdasarkan Intensitas Membeli Produk <i>Skincare</i> .....	53
4.3	<i>Pre-Test</i> .....	53
4.3.1	Uji Validitas.....	54
4.3.2	Uji Reliabilitas .....	58
4.4	<i>Struktural Equation Modeling (SEM)</i> .....	59
4.4.1	<i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i> .....	60
4.4.2	Uji Model Persamaan Struktural Keseluruhan <i>(SEM – Full Model)</i> .....	63
4.4.3	Asumsi SEM .....	65
4.4.4	Uji Hipotesis .....	71
4.4.5	Analisis Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total ( <i>Direct, Indirect and Total Effect</i> ) .....	74
4.5	Interpretasi Hasil Penelitian .....	77
4.5.1	Pengaruh <i>Environmental Attitude</i> terhadap <i>Willingness to Pay</i> .....	77
4.5.2	Pengaruh <i>Environmental Attitude</i> terhadap <i>Green Purchase Behavior</i> .....	79
4.5.3	Pengaruh <i>Green Brand Image</i> terhadap <i>Willingness to Pay</i> .....	80
4.5.4	Pengaruh <i>Green Brand Image</i> terhadap <i>Green Purchase Behavior</i> .....	82
4.5.5	Pengaruh <i>Willingness to Pay</i> terhadap <i>Green Purchase Behavior</i> ..	83

4.5.6	<i>Willingness to Pay</i> memediasi hubungan <i>Environmental Attitude</i> dan <i>Green Purchase Behavior</i> .....	85
4.5.7	<i>Willingness to Pay</i> memediasi hubungan <i>Green Brand Image</i> dan <i>Green Purchase Behavior</i> .....	86
BAB V PENUTUP.....		89
5.1	Kesimpulan.....	89
5.2	Implikasi Penelitian.....	93
5.2.1	Implikasi Teoritis.....	93
5.2.2	Implikasi Manajerial .....	94
5.3	Keterbatasan Penelitian .....	97
5.4	Saran Penelitian Mendatang.....	98
DAFTAR PUSTAKA.....		100
LAMPIRAN.....		107
Lampiran A.....		107
Lampiran B.....		114
Lampiran C.....		124

**FEB UNDIP**