

DAFTAR ISI

	Halaman
PENGESAHAN	i
PERNYATAAN.....	ii
ABSTRACT.....	iii
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Pembatasan Masalah.	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Kegunaan Hasil Penelitian	9
1.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian	10
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	10
1.6.2 Jadwal Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Tinjauan Pustaka	12
2.1.1 Green Brand Image.	12
2.1.2 Green Trust.....	13
2.1.3 Perceived Behavioral Control	14

2.1.4	Green Purchase Intention	16
2.1.5	Penelitian Terdahulu	17
2.2	Kerangka Pemikiran	22
2.3	Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN		27
3.1	Objek Penelitian	27
3.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	27
3.2	Metode penelitian	29
3.2.1	Operasional Variabel.....	29
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.3	Model Penelitian.....	38
3.4	Teknik Analisis Data	38
3.4.1	Pengembangan Model Berbasis Teori	39
3.4.2	Pengembangan Path Diagram	40
3.4.3	Konversi Path Dalam Diagram	41
3.4.4	Memilih Matrix Input dan Persamaan Model	42
3.4.5	Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi	43
3.4.6	Evaluasi Kinerja Goodness-of-Fit.....	43
3.4.7	Uji Validitas dan Reabilitas	45
3.4.8	Evaluasi Atas Regretion Weight Sebagai Pengujian Hipotesis	46
3.4.9	Hipotesis Statistika.....	46
3.4.10	Interpretasi dan Modifikasi Model.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		48
4.1	Hasil Penelitian.....	48
4.1.1	Analisis Deskriptif Responden.....	48

4.1.2	Analisis Statistik Deskriptif Variabel.....	51
4.1.3	Analisis Structural Equation Modeling (SEM).....	63
4.2	Pembahasan.....	78
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		81
5.1	Simpulan.....	81
5.2	Saran.....	82
5.2.1	Saran Bagi Praktisi.....	82
5.2.2	Saran Bagi Akademisi.....	83
DAFTAR PUSTAKA		84
LAMPIRAN.....		90
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....		117