

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian .....	10
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	11
1.5.1 Lokasi Penelitian .....	11
1.5.2 Jadwal Penelitian.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PIKIRAN, DAN HIPOTESIS .....</b>	<b>12</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	12
2.1.1 <i>Green Marketing</i> .....	12
2.1.2 <i>Word of Mouth</i> .....	17
2.1.3 Citra Merek.....	22
2.1.4 Keputusan pembelian .....	26
2.2 Penelitian Terdahulu.....	30
2.3 Kerangka Pemikiran.....	33
2.4 Hipotesis .....	36
<b>BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>37</b>
3.1 Objek Penelitian .....	37
3.2 Metode Penelitian.....	37
3.2.1 Jenis Penelitian .....	37
3.2.2 Operasionalisasi variabel.....	38

3.2.3	Teknik Pengumpulan Data .....	41
3.2.4	Model Penelitian.....	44
3.2.5	Teknik Analisis Data .....	45
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>56</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	56
4.1.1	Karakteristik Responden .....	56
4.1.2	Uji Asumsi Structural Equation Model (SEM).....	58
4.1.3	Uji Kelayakan Model .....	59
4.1.4	Uji Kelayakan Model Pengukuran (Measurement Model/gfi)..	61
4.1.5	Uji Reabilitas .....	63
4.1.6	Pengujian Hipotesis .....	65
4.2	Pembahasan .....	67
4.2.1	Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap <i>Brand Image</i> .....	67
4.2.2	Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> terhadap <i>Brand Image</i> .....	67
4.2.3	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	68
4.2.4	Citra Merek dapat memediasi pengaruh hubungan terhadap Keputusan Pembelian .....	69
4.2.5	Citra Merek dapat memediasi pengaruh hubungan <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	70
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>71</b>
5.1	Simpulan .....	71
5.2	Saran.....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>74</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>77</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3. 1	Operasionalisasi Variabel.....	38
Tabel 3. 2	Variabel dan Konstruk Penelitian.....	45
Tabel 3. 3	Model Persamaan Struktural .....	47
Tabel 3. 4	Model pengukuran.....	48
Tabel 3. 5	Indeks pengujian kelayakan model ( <i>Goodness - Of Fit Index</i> ) .....	52
Tabel 4. 1	Hasil Variabel Endogen .....	60
Tabel 4. 2	Hasil Variabel Eksogen.....	61
Tabel 4. 3	<i>Goodness Of Fit</i> .....	62
Tabel 4. 4	Uji Reabilitas.....	63
Tabel 4. 5	Uji Hipotesis Langsung.....	65
Tabel 4. 6	Hasil Uji Mediasi .....	66

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. 1	Komparasi Pembelian Skincare .....	2
Gambar 2. 1	Proses Pengambilan Keputusan .....	27
Gambar 3. 1	Skala Pengumpulan Data .....	44
Gambar 3. 2	Model Penelitian .....	44
Gambar 3. 3	Path Diagram Penelitian.....	47
Gambar 4. 1	Karakteristik Responden.....	56
Gambar 4. 2	Karakteristik Responden.....	57
Gambar 4. 3	Nilai Mahalanobis CHINVV .....	58
Gambar 4. 4	Variabel endogen .....	59
Gambar 4. 5	Variabel Eksogen.....	60
Gambar 4. 6	Analisa AMOS.....	62

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran. 1	Jadwal Penelitian .....	77
Lampiran. 2	Hasil Uji Normalitas .....	77
Lampiran. 3	Hasil Uji Outliers .....	78
Lampiran. 4	Kuisisioner penelitian .....	83
Lampiran. 5	Hasil data Kuisisioner.....	86