

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
MOTTO	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian.....	16
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	16
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	16
1.5.2 Jadwal Penelitian	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	18
2.1 Tinjauan Pustaka.....	18
2.1.1 <i>Endorser Credibility</i>	18
2.1.2 <i>Greenwashing</i>	21
2.1.3 <i>Brand Love</i>	23
2.1.4 <i>Brand Hate</i>	25
2.1.5 <i>Purchase Intention</i>	28
2.2 Penelitian Terdahulu.....	31
2.3 Kerangka Pemikiran	36

2.4	Hipotesis	42
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....		43
3.1	Objek Penelitian.....	43
3.2	Metode Penelitian	43
3.2.1	Operasionalisasi Variabel	44
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.2.3	Metode Pengumpulan Data.....	48
3.3	Model Penelitian.....	50
3.4	Teknik Analisis Data	50
3.4.1	Analisis Data <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	50
3.4.2	Pengembangan Model Berbasis Teori	51
3.4.3	Pengembangan <i>Path Diagram</i>	52
3.4.4	Evaluasi Asumsi SEM	55
3.4.5	Evaluasi Kinerja <i>Goodness-of-Fit</i>	56
3.4.6	Uji Validitas dan Reliabilitass	59
3.4.7	Evaluasi atas <i>Regression Weight</i> sebagai Pengujian Hipotesis	60
3.4.8	Pengujian Hipotesis Mediasi.....	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		61
4.1	Hasil Penelitian.....	61
4.1.1	Karakteristik Responden.....	61
4.1.2	Analisis <i>Structural Equation Model</i> (SEM)	65
4.1.2.1	Uji <i>Measurement Model (Confirmatory Factor Analysis)</i>	65
4.1.2.1.1	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Eksogen.....	65
4.1.2.1.2	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen.....	67
4.1.3	Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi SEM	69
4.1.3.1	Uji Normalitas.....	70
4.1.3.2	Uji Sampel	71
4.1.3.3	Evaluasi <i>Univariate Outlier</i>	72
4.1.3.4	Evaluasi <i>Multivariate Outliers</i>	72
4.1.3.5	Evaluasi Multikolinearitas dan Singularitas.....	72
4.1.3.6	Menilai Identifikasi Struktural	73
4.1.3.7	Evaluasi Kinerja <i>Goodness of Fit</i>	74
4.1.3.8	Uji Validitas	75
4.1.3.9	Uji Reliabilitas	76

4.1.3.10	Pengujian Hipotesis.....	77
4.1.3.11	Interpretasi dan Modifikasi Model	83
4.2	Pembahasan	84
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		112
5.1	Simpulan.....	112
5.2	Saran	114
DAFTAR PUSTAKA		119
LAMPIRAN.....		135
BIODATA PENULIS.....		153

DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
1.1	Jadwal Penelitian.....	17
2.1	Penelitian Terdahulu.....	31
3.1	Operasionalisasi Variabel	44
3.2	Variabel dan Konstruk Penelitian	51
3.3	Model Persamaan Struktural	54
3.4	Model Pengukuran	54
3.5	<i>Goodness of Fit</i>	58
4.1	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Eksogen.....	67
4.2	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen.....	69
4.3	Uji Normalitas.....	70
4.4	<i>Computation of Degrees of Freedom (Default Model)</i>	73
4.5	Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i>	75
4.6	Hasil Uji Validitas.....	76
4.7	Hasil Uji Reliabilitas	77
4.8	Uji Signifikansi Koefisien.....	77
4.9	Pengaruh Variabel.....	78
4.10	<i>User-defined estimands</i> (PIE1)	81
4.11	<i>User-defined estimands</i> (PIE2)	81
4.12	<i>User-defined estimands</i> (PIE3)	82
4.13	<i>User-defined estimands</i> (PIE4)	83

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
1.1	Perkiraan Pendapatan Produk <i>Skincare</i> dan Makeup di Indonesia tahun 2014–2027	1
1.2	Preferensi Konsumen Indonesia terhadap Produk Perawatan Kulit	3
1.3	Persentase <i>Skincare</i> yang sering digunakan.....	10
3.1	Model Penelitian	50
3.2	Pengembangan <i>Path Diagram</i>	53
4.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
4.2	Karakteristik Responden berdasarkan Usia	63
4.3	Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan per Bulan.....	64
4.4	Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Eksogen	66
4.5	Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen	68
4.6	Hasil <i>Full Model SEM</i>	74

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian	135
2.	Data Penelitian	144
3.	Uji Normalitas Data	149
4.	<i>Univariate Outlier</i>	150
5.	<i>Multivariate Outlier</i>	151