

DAFTAR ISI

BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian.....	14
BAB II	16
TINJAUAN PUSTAKA.. ..	16
A. Landasan Teori	16
1. <i>Green Marketing</i>	16
2. <i>Green Purchase Intention</i>	18
3. <i>Green Perceived Value</i>	22
4. <i>Green Perceived Risk</i>	26
5. <i>Green Trust</i>	30
B. Penelitian terdahulu	34
C. Hubungan antar Variabel	42
1. Pengaruh <i>Green Perceived Value</i> terhadap <i>Gree Trust</i>	42
2. Pengaruh <i>Green Perceived Risk</i> terhadap <i>Green Trust</i>	43
3. Pengaruh <i>Green Trust</i> terhadap <i>Green Prchase Intention</i>	44
4. Pengaruh <i>Green Perceived Value</i> terhadap <i>Green Puerchase Intention</i>	45
5. Pengaruh <i>Green Perceived Risk</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	46
6. Pengaruh <i>Green Perceived Value</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i> melalui <i>Green Trust</i>	48
7. Pengaruh <i>Green Perceived Risk</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i> melalui <i>Green Trust</i>	49
D. Kerangka Teoritis	50
E. Hipotesis Penelitian	51

BAB III.....	53
METODE PENELITIAN	53
A. Rencana Penelitian	53
B. Populasi dan Sampel	53
1. Populasi Penelitian	53
2. Sampel Penelitian	54
3. Teknik Pengambilan Sampel	54
4. Besaran Sampel	55
C. Jenis dan Sumber data	56
D. Prosedur pengambilan data	56
E. Klasifikasi Variabel Penelitian	57
1. Variabel Terikat/Variabel Dependent	57
2. Variabel Bebas/Variabel Independent	58
3. Variabel Mediasi/Variabel Intervening	58
F. Definisi operasional variable	58
G. Skala Pengukuran Variabel	61
H. Uji Instrumen Penelitian	62
1. Uji Validitas	62
2. Uji Reliabilitas	66
I. Metode Analisi Data	67
1. Analisis deskriptif	68
2. Pengujian Model Pengukuran (OuterModel)	69
3. Pengujian Model Struktural (Inner Model)	71
BAB IV	76
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	76
A. Analisis Deskriptif	76
1. Karakteristik responden	76
2. Karakteristik data penelitian	81

B. Analisis Kuantitatif	86
1. Analisis Model pengukuran atau Outer Model	87
2. Analisis Model Struktural atau Inner Model	92
C. Pembahasan	105
1. Pengaruh <i>Green perceived value</i> berpengaruh positif terhadap <i>Green trust</i>	105
2. Pengaruh <i>Green perceived risk</i> berpengaruh negatif terhadap <i>Green trust</i>	106
3. Pengaruh <i>Green trust</i> berpengaruh positif terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	107
4. Pengaruh <i>Green perceived value</i> berpengaruh positif terhadap <i>Green purchase intention</i>	108
5. Pengaruh <i>Green perceived risk</i> berpengaruh negatif terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	110
6. Pengaruh <i>Green perceived value</i> terhadap <i>Green purchase intention</i> melalui <i>Green trust</i>	111
7. Pengaruh <i>Green perceived risk</i> terhadap <i>Green purchase intention</i> melalui <i>Green trust</i>	112
BAB V	115
KESIMPULAN DAN SARAN	115
A. Kesimpulan	115
B. Saran	116
DAFTAR PUSTAKA.....	117
LAMPIRAN	121