

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
A. Landasan Teori	16
1. <i>Green Repurchase Intention</i>	16
2. <i>Green Advertising</i>	17
3. Citra Merek	18
4. Kepercayaan Merek	20
B. Penelitian Terdahulu.....	22
C. Pengaruh Antar Variabel	26
D. Kerangka Pemikiran.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Rancangan Penelitian	34
B. Obyek dan Waktu Penelitian	34

C. Populasi.....	35
D. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	35
E. Sumber Data Penelitian.....	37
F. Prosedur Pengambilan Data	38
G. Klasifikasi Variabel Penelitian	38
H. Definisi Operasional Variabel	40
I. Skala Pengukuran Variabel	45
J. Teknik Analisis Data	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
A. Analisis Statistik Deskriptif Responden.....	53
B. Analisis Statistik Deskriptif Variabel	55
1. Analisis Deskriptif Variabel <i>Green Advertising</i> (XI).....	56
2. Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek (X2)	57
3. Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan Merek (Z).....	58
4. Analisis Deskriptif Variabel <i>Green Repurchase Intention</i> (Y).....	59
C. Analisis Statistik Inferensial	59
1. Uji Instrumen (<i>Outer Model</i>)	60
2. Uji Struktural (<i>Inner Model</i>)	67
D. Pengujian Hipotesis.....	69
1. Uji Hipotesis Langsung.....	69
2. Uji Hipotesis Tidak Langsung	72
E. Pembahasan Hasil Penelitian	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN.....	91