

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN AKADEMIK.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Pertanyaan Penelitian	17
1.4 Tujuan Penelitian	17
1.5 Manfaat Penelitian	18
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	19
2.1 Landasan Teori.....	19
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	19
2.1.2 Sikap Konsumen	22
2.1.3 Pengetahuan Kelingkungan.....	22
2.1.4 Gaya Hidup Kelingkungan.....	23
2.1.5 Identitas Diri Hijau	24
2.1.6 Promosi	25
2.1.7 Reputasi Kelingkungan	28
2.2 Pengembangan Hipotesis	29
2.2.1 Hubungan antara pengetahuan kelingkungan dengan sikap dan perilaku belanja konsumen di pengecer hijau	29
2.2.2 Hubungan antara gaya hidup kelingkungan dengan sikap dan perilaku belanja konsumen di pengecer hijau	30

2.2.3 Hubungan identitas diri hijau dengan sikap dan perilaku belanja konsumen di pengecer hijau	31
2.2.4 Hubungan promosi penjualan dengan sikap dan perilaku belanja konsumen di pengecer hijau	32
2.2.5 Hubungan iklan dengan sikap dan perilaku belanja konsumen di pengecer hijau.....	33
2.2.6 Hubungan reputasi kelingkungan dengan sikap dan perilaku belanja konsumen di pengecer hijau.....	34
2.2.7 Hubungan sikap dengan perilaku belanja konsumen di pengecer hijau	35
2.3 Model Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Strategi Penelitian	37
3.2 Metode Pengumpulan Data	37
3.3 Populasi dan Sampel	38
3.3.1 Populasi.....	38
3.3.2 Sampel dan Desain Pengambilan Sampel.....	38
3.3.3 Ukuran Sampel.....	39
3.4 Definisi Operasional	39
3.4.1 Pengetahuan Kelingkungan.....	40
3.4.2 Gaya Hidup Kelingkungan.....	40
3.4.3 Identitas Diri Hijau	41
3.4.4 Promosi Penjualan	41
3.4.5 Iklan	42
3.4.6 Reputasi Kelingkungan	43
3.4.7 Sikap Konsumen	43
3.4.8 Perilaku Konsumen	44
3.5 Objek Penelitian	44
3.6 Instrumen Penelitian	45
3.7 Alat Analisis	46
3.8 Pengujian Intrumen	46
3.8.1 Uji Validitas	46

3.8.2 Uji Reliabilitas	51
3.9 Metode Analisis Data	52
3.9.1 Evaluasi Model PLS-SEM.....	52
3.9.2 Pengujian Hipotesis	55
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Karakteristik Responden	57
4.1.1 Jenis Kelamin Responden	57
4.1.2 Usia Responden	58
4.1.3 Domisili Responden.....	58
4.1.4 Profesi Responden	61
4.1.5 Pendapatan Responden	61
4.1.6 Frekuensi Kunjungan Konsumen ke Pengecer Hijau Satu Tahun Terakhir	63
4.2 Analisis Statistik Deskriptif	63
4.3 Analisis Model PLS-SEM	66
4.3.1 Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	66
4.4.1 Analisis Model Struktural (Inner Model)	72
4.4.1 Uji Kolinearitas	72
4.4.2 R Square.....	72
4.4.3 Q-Square	74
4.4.4 Analisis Koefisien Jalur	75
4.4 Pengujian Hipotesis	76
4.4.1 Hipotesis 1 : Pengaruh pengetahuan kelingkungan pada sikap dan perilaku belanja konsumen	81
4.4.2 Hipotesis 2: Pengaruh gaya hidup kelingkungan pada sikap dan perilaku belanja konsumen.....	82
4.4.3 Hipotesis 3 : Pengaruh identitas diri hijau pada sikap dan perilaku konsumen di pengecer hijau.....	83
4.4.4 Hipotesis 4 : Pengaruh promosi penjualan pada sikap dan perilaku belanja konsumen di pengecer hijau.....	84
4.4.5 Hipotesis 5 : Pengaruh iklan pada sikap dan perilaku belanja konsumen di pengecer hijau.	85

4.4.6 Hipotesis 6 : Pengaruh reputasi lingkungan pada sikap dan perilaku belanja konsumen di pengecer hijau.	86
4.4.7 Hipotesis 7 : Pengaruh sikap pada perilaku belanja konsumen di pengecer hijau.....	87
4.5 Hubungan Antar Variabel Mediasi	88
4.6 Pembahasan	90
4.6.1 Hipotesis 1 : Pengetahuan kelingkunganan berpengaruh positif pada sikap dan perilaku belanja konsumen di pengecer hijau.	91
4.6.2 Hipotesis 2 : Gaya hidup kelingkunganan berpengaruh positif pada sikap dan perilaku belanja konsumen di pengecer hijau.	93
4.6.3 Hipotesis 3 : Identitas diri hijau berpengaruh positif pada sikap dan perilaku belanja konsumen di pengecer hijau.	95
4.6.4 Hipotesis 4 : Promosi penjualan berpengaruh positif pada sikap dan perilaku belanja konsumen di pengecer hijau.	97
4.6.5 Hipotesis 5 : Iklan berpengaruh positif pada sikap dan perilaku belanja konsumen di pengecer hijau.....	99
4.6.6 Hipotesis 6 : Reputasi kelingkunganan berpengaruh positif pada sikap dan perilaku belanja konsumen di pengecer hijau.	101
4.6.7 Hipotesis 7 : Sikap konsumen berpengaruh positif pada perilaku belanja konsumen di pengecer hijau.....	103
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	104
5.1 Simpulan.....	104
5.2 Implikasi.....	106
5.3 Keterbatasan Penelitian	108
5.4 Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN.....	119