

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI.....	iii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Asumsi dan Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
BAB III LANDASAN TEORI	13
3.1 <i>Green product</i>	13
3.2 <i>Green Purchase behavior</i>	13
3.3 <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	14
3.4 <i>Structural Equation Model (SEM)</i>	15
3.4.1 <i>Covariance Based SEM (CB-SEM)</i>	15
3.4.2 <i>Partial Least Square SEM (PLS-SEM)</i>	16
3.4.3 Variabel pada SEM	16
3.4.4 Tahapan SEM.....	17



3.4.5 Efek Mediasi	18
BAB IV METODE PENELITIAN	19
4.1 Subjek Penelitian	19
4.2 Alat Penelitian.....	19
4.3 Desain Penelitian	20
4.3.1 Variabel Penelitian.....	20
4.3.2 Kerangka Penelitian dan Hipotesis	26
4.4 Tahapan Penelitian.....	33
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	36
5.1 <i>Pilot Study</i>	36
5.1.1 Uji Normalitas Data <i>Pilot Study</i>	36
5.1.2 Uji Validitas Data <i>Pilot Study</i>	37
5.1.3 Hasil Uji Reliabilitas <i>Pilot Study</i>	38
5.2 Sampel <i>Full Study</i>	39
5.3 Uji Normalitas.....	40
5.4 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	40
5.5 <i>Inner Model</i> (Model Struktural).....	45
5.5.1 <i>Variance Inflation Factor</i> (VIF)	45
5.5.2 <i>Coefficient of Determination</i> (R^2).....	46
5.5.3 <i>Cross-Validation Redudancy</i>	46
5.5.4 <i>Path Coefficient</i>	47
1. Hipotesis 1a – 1c.....	49
2. Hipotesis 2a – 2d.....	50
3. Hipotesis 3	52
4. Hipotesis 4	52
5. Hipotesis 5	53
6. Hipotesis 6	53
7. Hipotesis 7	53
8. Hipotesis 8	54
9. Hipotesis 9	54



5.5.6 Analisis Jalur Mediasi.....	55
5.6 Implikasi Penelitian	58
BAB VI PENUTUP.....	60
6.1 Kesimpulan	60
6.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN.....	77