

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
INTISARI	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1. 1 Latar Belakang.....	1
1. 2 Rumusan Masalah.....	8
1. 3 Pertanyaan Penelitian.....	11
1. 4 Tujuan Penelitian.....	12
1. 5 Manfaat Penelitian.....	13
1.5.1 Manfaat Akademis.....	13
1.5.2 Manfaat Praktis.....	13
1. 6 Ruang Lingkup Penelitian.....	14
1. 7 Sistematika Penelitian.....	15
BAB II LANDASAN TEORI	16
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 Pemasaran Hijau.....	16
2.1.2 <i>Stimulus-Organism-Response</i> (SOR).....	17
2.1.3 Kepedulian Lingkungan.....	19
2.1.4 Pemasaran Media Sosial.....	20
2.1.5 Penerimaan terhadap Komunikasi Hijau.....	21
2.1.6 Sikap Hijau.....	22
2.1.7 Kepercayaan Hijau.....	22
2.1.8 Niat Pembelian Produk Ramah Lingkungan.....	23
2.2 Tinjauan Riset Terdahulu.....	24
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	28
2.3.1 Pengaruh Kepedulian Lingkungan pada Niat Pembelian.....	28
2.3.2 Pengaruh Pemasaran Media Sosial pada Niat Pembelian.....	29
2.3.3 Pengaruh Penerimaan terhadap Komunikasi Hijau pada Niat Pembelian Produk Ramah Lingkungan.....	30
2.3.4 Pengaruh Sikap Hijau pada Niat Pembelian Produk Ramah Lingkungan.....	31

2.3.5 Pengaruh Mediasi Sikap Hijau pada Hubungan antara Kepedulian Lingkungan, Pemasaran Media Sosial, dan Penerimaan terhadap Komunikasi Hijau dengan Niat Pembelian Produk Ramah Lingkungan	32
2.3.6 Pengaruh Moderasi Kepercayaan Hijau pada Hubungan antara Pemasaran Media Sosial dan Penerimaan terhadap Komunikasi Hijau dengan Niat Pembelian Produk Ramah Lingkungan.....	33
2.4 Model Penelitian	35
BAB III MODEL PENELITIAN	37
3.1 Desain Penelitian	37
3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian	38
3.2.1 Kepedulian Lingkungan	38
3.2.2 Pemasaran Media Sosial.....	39
3.2.3 Penerimaan terhadap Komunikasi Hijau	40
3.2.4 Sikap Hijau.....	41
3.2.5 Kepercayaan Hijau	42
3.2.6 Niat Pembelian Produk Ramah Lingkungan	43
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	44
3.3.1 Populasi	44
3.3.2 Sampel dan Metode Pengambilan Sampel	44
3.3.3 Jumlah Sampel	47
3.3.4 Skala Pengukuran	47
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	48
3.5 Instrumen Penelitian	49
3.6 Metode Analisis Data.....	50
3.6.1 Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	51
3.6.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	55
3.6.3 Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	56
3.6.4 <i>Goodness of Fit</i>	58
3.6.5 Pengujian Hipotesis.....	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Hasil Pengumpulan Data.....	61
4.2 Profil Responden.....	61
4.3 Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	63
4.3.1 Hasil Pengujian Validitas Konvergen	63
4.3.2 Hasil Pengujian Validitas Diskriminan.....	66
4.3.3 Hasil Pengujian Reliabilitas	69
4.4 Pengujian Statistik Deskriptif	70

4.5	Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	73
4.4.1	Hasil Pengujian Multikolinearitas (VIF).....	73
4.4.2	Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2).....	74
4.4.3	Hasil Pengujian <i>Effect Size</i> (f^2).....	75
4.4.4	Hasil Pengujian <i>Predictive Relevance</i> (Q^2).....	76
4.6	<i>Goodness of Fit</i>	77
4.7	Pengujian Hipotesis	78
4.7.1	Pengujian Hipotesis Pertama.....	81
4.7.2	Pengujian Hipotesis Kedua	81
4.7.3	Pengujian Hipotesis Ketiga	82
4.7.4	Pengujian Hipotesis Keempat	82
4.7.5	Pengujian Hipotesis Kelima	83
4.7.6	Pengujian Hipotesis Keenam.....	84
4.7.7	Pengujian Hipotesis Ketujuh	84
4.7.8	Pengujian Hipotesis Kedelapan.....	85
4.7.9	Pengujian Hipotesis Kesembilan.....	85
4.8	Pembahasan Hipotesis	86
4.8.1	Pembahasan Hipotesis Pertama.....	86
4.8.2	Pembahasan Hipotesis Kedua	88
4.8.3	Pembahasan Hipotesis Ketiga	90
4.8.4	Pembahasan Hipotesis Keempat.....	92
4.8.5	Pembahasan Hipotesis Kelima	93
4.8.6	Pembahasan Hipotesis Keenam.....	94
4.8.7	Pembahasan Hipotesis Ketujuh	96
4.8.8	Pembahasan Hipotesis Kedelapan.....	97
4.8.9	Pembahasan Hipotesis Kesembilan.....	100
BAB V	KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	103
5.1	Simpulan	103
5.2	Implikasi Manajerial	106
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	108
5.4	Saran Penelitian Mendatang	109
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN	123