

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
INTISARI.....	xii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian .....	10
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	10
1.5.2 Manfaat Praktis .....	11
1.5.3 Manfaat Sosial.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	15
2.1 Iklan Hijau ( <i>Green Advertising</i> ).....	15
2.2 Persepsi Nilai Hijau ( <i>Green Perceived Value (GPV)</i> ).....	16
2.3 Sikap Produk Hijau ( <i>Green Product Attitude (GPA)</i> ) .....	17
2.4 Niat Pembelian ( <i>Purchase Intention(PI)</i> ) .....	18
2.5 <i>Theory of Planned Behavior</i> .....	21
2.6 Pengembangan Hipotesis .....	24

2.6.1 Pengaruh Persepsi Nilai Hijau ( <i>Green Perceived Value/GPV</i> ) terhadap Sikap Produk Hijau ( <i>Green Product Attitude/GPA</i> ) pada Sensatia Botanicals ( $GPV_{SB} \rightarrow GPA_{SB}$ ).....	24
2.6.2 Pengaruh Sikap Produk Hijau ( <i>Green Product Attitude/GPA</i> ) terhadap Niat Beli ( <i>Purchase Intention/PI</i> ) pada Sensatia Botanicals ( $GPA_{SB} \rightarrow PI_{SB}$ )....	25
2.6.3 Pengaruh Persepsi Nilai Hijau ( <i>Green Perceived Value/GPV</i> ) terhadap Sikap Produk Hijau ( <i>Grreen Product Attitude/GPA</i> ) pada Somethinc ( $GPV_{SO} \rightarrow GPA_{SO}$ ).....	26
2.6.4 Pengaruh Sikap Poduk Hijau ( <i>Green Product Attitide/GPA</i> ) terhadap Niat Beli ( <i>Purchase Intention/PI</i> ) pada Somethinc ( $GPA_{SO} \rightarrow PI_{SO}$ ).....	28
2.6.5 Pengaruh Persepsi Nilai Hijau ( <i>Green Perceived Value/GPV</i> ) Sensatia Botanicals terhadap Sikap Produk Hijau ( <i>Green Product Attitude/GPA</i> ) pada Somethinc ( $GPV_{SB} \rightarrow GPA_{SO}$ ) .....	30
2.6.6 Pengaruh Sikap Produk Hijau pada Sensatia Botanicals terhadap Niat Beli ( <i>Purchase Intention/PI</i> ) pada Somethinc ( $GPA_{SB} \rightarrow PI_{SO}$ ) .....	31
2.6.7 Pengaruh Persepsi Nilai Hijau ( <i>Green Perceived Value/GPV</i> ) Somethinc pada Sikap Produk Hijau ( <i>Green Product Attitude/GPA</i> ) pada Sensatia Botanicals ( $GPV_{SO} \rightarrow GPA_{SB}$ ).....	32
2.6.8 Pengaruh Sikap Produk Hijau ( <i>Green Priduct Attitude/GPA</i> ) pada Somethinc terhadap Niat Beli ( <i>Purchase Intention/PI</i> ) pada Sensatia Botanicals ( $GPA_{SO} \rightarrow PI_{SB}$ ).....	32
2.7 Model Penelitian .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>35</b>
3.1 Desain Penelitian.....	35
3.2 Objek Penelitian .....	38
3.3 Populasi dan Sampel Pebelitian .....	39
3.3.1 Populasi .....	39
3.3.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	40
3.3.3 Jumlah Sampel .....	41
3.4 Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data.....	42
3.4.1 Jenis Data .....	42

3.4.2 Metode Pengumpulan Data .....	43
3.5 Definisi Operasional Variabel .....	44
3.6 Instrumen Penelitian.....	45
3.7 Uji Instrumen Penelitian .....	46
3.7.1 Uji Validitas.....	46
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	47
3.8 Metode Analisis Data .....	47
3.8.1 Analisis SEM ( <i>Structural Equation Model</i> ) .....	47
3.8.2 Analisis <i>Paired-Samples T-Test</i> .....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN .....	50
4.1 Pengumpulan dan Penyaringan Data .....	50
4.2 Deskripsi Demografi Responden .....	50
4.2.1 Jenis Kelamin.....	51
4.2.2 Usia .....	53
4.2.3 Pekerjaan.....	55
4.2.4 Pendapatan .....	57
4.3 Uji Kualitas Instrumen .....	59
4.3.1 Uji Validitas.....	59
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	62
4.4 Deskripsi Statistik .....	62
4.5 Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	63
4.5.1 Koefisien Determinasi (R Square) .....	64
4.5.2 Uji Effect Size ( $f^2$ ).....	65
4.6 Uji Hipotesis.....	66
4.6.1 Analisis <i>Partial Least Square Equation Modeling</i> (PLS-SEM).....	66
4.7 Uji Lanjut ( <i>Paired Sample t-Test</i> ) .....	68
4.7.1 Paired-Sample T-Test .....	68
4.8 Pembahasan Hipotesis.....	74

4.8.1 Hipotesis 1.....	74
4.8.2 Hipotesis 2.....	75
4.8.3 Hipotesis 3.....	76
4.8.4 Hipotesis 4.....	78
4.8.5 Hipotesis 5.....	78
4.8.6 Hipotesis 6.....	80
4.8.7 Hipotesis 7.....	81
4.8.8 Hopotesis 8.....	82
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>	<b>83</b>
5.1 Kesimpulan .....	83
5.2 Implikasi Manajerial .....	85
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	91
5.4 Saran Penelitian.....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>94</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>100</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel .....	44
Tabel 4. 1 Demografi Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia .....	53
Tabel 4. 3 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	55
Tabel 4. 4 Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	57
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	60
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Diskriminan .....	61
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas .....	62
Tabel 4. 8 Tabel Deskriptif Statistik.....	63
Tabel 4. 9 Tabel Koefisien Determinasi .....	64
Tabel 4. 10 Hasil Uji Effect Size.....	65
Tabel 4. 11 Hasil Uji Analisis Jalur.....	67
Tabel 4. 12 Hasil Deskriptif Paired-Sample T-Test.....	68
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Paired-Sample T-Test .....	70
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Paired Sample T-Test .....	72

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian.....	34
Gambar 4. 1 Hasil Analisis Jalur (Path Analysis).....	68