

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
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 Lingkup Penelitian	10
1.6 Kontribusi Penelitian.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	14
2.1 Tinjauan Literatur.....	14
2.1.1 Teori Hierarki Nilai-Sikap-Perilaku (<i>Value-Attitude-Behavior Hierarchy</i>).....	14
2.1.2 Pemasaran Berkelanjutan (<i>Sustainable Marketing</i>).....	16
2.1.3 Informatif (<i>Informativeness</i>)	18
2.1.4 Persuasif (<i>Persuasiveness</i>).....	19
2.1.5 Persepsi Kegunaan (<i>Perceived Usefulness</i>).....	21
2.1.6 Sikap Terhadap Kampanye Fashion Berkelanjutan (<i>Attitude Toward Green Fashion Campaign</i>).....	23
2.1.7 Kesadaran Lingkungan (<i>Environmental Concerns</i>).....	25
2.1.8 Perilaku Konsumen Berkelanjutan (<i>Consumer Green Behavior</i>).....	27
2.1.9 Kampanye Berkelanjutan (<i>Green Campaign</i>).....	28
2.2 Tinjauan Pustaka dan Hipotesis	29
2.2.1 Pengaruh Karakteristik Kampanye Hijau terhadap Sikap Konsumen terhadap Kampanye Fashion berkelanjutan.	29

2.2.2	Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Sikap Konsumen terhadap Kampanye Fashion Berkelanjutan.	31
2.2.3	Hubungan antara Sikap Konsumen terhadap Kampanye Fashion Berkelanjutan dan Perilaku Konsumen Berkelanjutan.	32
2.2.4	Kesadaran Lingkungan sebagai Moderasi	34
2.3	Model Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN		37
3.1	Desain Penelitian.....	37
3.2	Definisi Operasional dan Variabel Penelitian	38
3.3	Teknik Pengumpulan Data	41
3.4	Teknik Analisis Data Kuantitatif	42
3.5	Populasi dan Sampel	46
3.6	Instrumen Penelitian.....	47
3.7	Uji Kelengkapan Instrumen	50
3.7.1	Uji Validitas	50
3.7.2	Uji Reliabilitas	52
3.8	Uji Hipotesis	52
3.9	Hasil Pra-Uji	53
BAB IV HASIL PENELITIAN.....		59
4.1	Deskripsi Data Penelitian.....	59
4.2	Karakteristik Responden	59
4.3	Analisis Statistik Deskriptif	66
4.4	Analisis Statistik Inferensial	71
4.5	Hasil Pengujian Hipotesis	82
4.6	Pembahasan.....	85
4.7	Ringkasan Pengujian Hipotesis.....	105
BAB V PENUTUP		107
5.1	Kesimpulan	107
5.2	Implikasi Manajerial	109
5.3	Keterbatasan Penelitian	111
5.4	Saran Penelitian.....	112
DAFTAR PUSTAKA		113
LAMPIRAN.....		124