

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR BEBAS PLAGIASI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
TABEL GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
<i>ABSTRACT</i>	xix
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
2.1 Rumusan Masalah	12
3.1 Pertanyaan Penelitian	12
4.1 Tujuan Penelitian	13
5.1 Manfaat	14
5.1.1 Manfaat Akademik.....	14
5.1.2 Manfaat praktis.....	14
BAB II.....	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.3 Pemosisian Merek Hijau (<i>Green Brand Positioning</i>).....	18

2.1.4 Asosiasi Merek Hijau (<i>Green Brand Associations</i>).....	19
2.1.5 Kepercayaan Merek Hijau (<i>Green Brand Trust</i>)	21
2.1.6 Skeptisme Hijau (<i>Green Skepticism</i>)	22
2.2 Pengembangan Hipotesis	23
2.2.1 Pengaruh pemosisian merek hijau pada kepercayaan merek hijau.	23
2.2.2 Pengaruh pemosisian merek hijau pada asosiasi merek hijau.....	24
2.2.3 Pengaruh asosiasi merek hijau pada kepercayaan merek hijau.....	25
2.2.4 Pengaruh skeptisisme hijau antara asosiasi merek hijau pada kepercayaan merek hijau.....	26
2.2.5 Peran mediasi asosiasi merek hijau pada hubungan antara pemosisian merek hijau dan kepercayaan merek hijau.	27
2.3 Kerangka Penelitian	28
BAB III	30
3.1 Desain Penelitian.....	30
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	30
3.2.1 Pemosisian Merek Hijau (<i>Green Brand Positioning</i>)	30
3.2.2 Kepercayaan Merek Hijau (<i>Green Brand Trust</i>)	31
3.2.3 Asosiasi Merek Hijau (<i>Green Brand Association</i>)	32
3.2.4 Skeptisisme Hijau (<i>Green Skepticism</i>).....	33
3.3 Populasi dan Sampel	33
3.3.1 Populasi	33
3.3.2 Sampel dan Desain Pengambilan Sampel	34

3.3.3 Ukuran Sampel.....	35
3.4 Instrumen Penelitian.....	36
3.4.1 Metode Pengujian Validitas	36
3.4.2 Metode Pengujian Reliabilitas	39
3.5 Teknik Pengumpulan Data	40
3.6 Teknik Analisis Data.....	42
3.7 Pengujian Model Struktural	43
3.7.1 Uji Multikolinearitas	43
3.7.2 Evaluasi Kebaikan dan Kecocokan Model	43
3.8 Uji Hipotesis	47
BAB IV	49
4.1 Deskripsi Data.....	49
4.2 Karakteristik Responden	49
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Umur.....	50
4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Domisili	51
4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Strata Pendidikan.....	52
4.2.5 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan.....	53
4.3 Analisis Statistik Deskriptif	54
4.4 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	57
4.4.1 Hasil Uji Validitas.....	57
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas	62

4.5 Hasil Pengujian Model Struktural.....	62
4.5.1 Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
4.5.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R-Square)	65
4.5.3 Hasil Uji Ukuran Efek (F-Square)	66
4.5.4 Nilai Relevansi Prediktif (Q-Square).....	68
4.5.5 Hasil Uji Koefisien Jalur.....	69
4.6 Pengujian Hipotesis.....	70
4.6.1 Pengaruh pemosisian merek hijau pada kepercayaan merek hijau	71
4.6.2 Pengaruh pemosisian merek hijau pada asosiasi merek hijau.....	71
4.6.3 Pengaruh asosiasi merek hijau pada kepercayaan merek hijau.....	72
4.6.4 Pengaruh skeptisisme hijau antara asosiasi merek hijau pada kepercayaan merek hijau.....	72
4.6.5 Peran mediasi asosiasi merek hijau pada hubungan antara pemosisian merek hijau dan kepercayaan merek hijau	73
4.7 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis	73
4.8 Pembahasan.....	74
4.8.1 Pengaruh pemosisian merek hijau pada kepercayaan merek hijau	74
4.8.2 Pengaruh pemosisian merek hijau pada asosiasi merek hijau.....	74
4.8.3 Pengaruh asosiasi merek hijau pada kepercayaan merek hijau.....	75
4.8.4 Pengaruh skeptisisme hijau antara asosiasi merek hijau pada kepercayaan merek hijau.....	76

4.8.5 Peran mediasi asosiasi merek hijau pada hubungan antara pemosisian merek hijau dan kepercayaan merek hijau	76
BAB V.....	78
5.1 Simpulan	78
5.2 Implikasi Penelitian.....	79
5.2.1 Implikasi Manajerial	79
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	81
5.4 Saran Penelitian Mendatang.....	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	95