

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
INTISARI.....	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Pertanyaan Penelitian	20
1.4 Tujuan Penelitian	20
1.5 Manfaat Penelitian	21
1.6 Lingkup Penelitian	22
1.7 Sistematika Penulisan	22
BAB II TINJAUAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	24
2.1. Tinjauan Literatur.....	24
2.1.1 Teori <i>Means-End Chain</i> (MEC)	24
2.1.3 Ekuitas Merek Berdasarkan Konsumen	27
2.1.4 Pemasaran Hijau dan Merek Hijau	31
2.1.4 Ekuitas Merek Hijau	34
2.1.5 Antecedent Ekuitas Merek Hijau.....	36



2.1.5.1 Citra Merek Hijau	37
2.1.5.2 Kepuasan Hijau	37
2.1.5.3 Kepercayaan Hijau	38
2.1.5.4 Nilai Merek Hijau yang Dipersepsikan	39
2.1.6 Preferensi Merek Hijau	41
2.1.7 Getok tular	42
2.2 Pengembangan Hipotesis	42
2.2.1 Pengaruh Citra Merek Hijau pada Kepuasan Hijau	43
2.2.2 Pengaruh Citra Merek Hijau pada Kepercayaan Hijau	45
2.2.3 Pengaruh Citra Merek Hijau pada Ekuitas Merek Hijau	46
2.2.4 Pengaruh Kepuasan Hijau pada Ekuitas Merek Hijau	47
2.2.5 Pengaruh Kepercayaan Hijau pada Ekuitas Merek Hijau	48
2.2.6 Pengaruh Nilai Merek Hijau Yang Dipersepsikan pada Ekuitas Merek Hijau	49
2.2.7 Pengaruh Ekuitas Merek Hijau pada Preferensi Merek Hijau	50
2.2.8 Pengaruh Ekuitas Merek Hijau pada Getok tular	51
2.2.9 Model Penelitian	52
BAB III METODE PENELITIAN	57
3.1 Desain Penelitian	57
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran	58
3.3 Desain Pengambilan Sampel	60
3.4 Objek Penelitian	61
3.5 Metode Pengumpulan Data	66
3.6 Pengujian Instrumen	68
3.7 Uji Pendahuluan (Pilot Test)	70
3.8 Metode Analisis Data	73
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	77
4.1 Hasil Pengumpulan Data	77
4.2 Analisis Deskriptif Responden	81



4.3 Hasil Uji Validitas	89
4.4 Hasil Uji Reliabilitas	94
4.5 Analisis Statistik Deskriptif Data Penelitian	95
4.6 Hasil Uji Asumsi Dasar SEM.....	101
4.6.1 Asumsi Normalitas Data	102
4.6.2 Asumsi Penyimpangan Data (<i>Outliers</i>)	104
4.7 Hasil Uji Kesuaian Model	105
4.8 Hasil Uji Hipotesis.....	109
4.9 Pembahasan Pengujian Hipotesis	114
4.9.1 Pengaruh Citra Merek Hijau pada Kepuasan Hijau	115
4.9.2 Pengaruh Citra Merek Hijau pada Kepercayaan Hijau	117
4.9.3 Pengaruh Citra Merek Hijau pada Ekuitas Merek Hijau	119
4.9.4 Pengaruh Kepuasan Hijau pada Ekuitas Merek Hijau	121
4.9.5 Pengaruh Kepercayaan Hijau pada Ekuitas Merek Hijau	123
4.9.6 Pengaruh Nilai Merek Hijau yang Dipersepsikan pada Ekuitas Merek Hijau	125
4.9.7 Pengaruh Ekuitas Merek Hijau pada Preferensi Merek Hijau	127
4.9.8 Pengaruh Ekuitas Merek Hijau pada Getok Tular	129
BAB V SIMPULAN	131
5.1 Simpulan	131
5.2 Implikasi Penelitian.....	134
5.2.1 Implikasi Teoritis	135
5.2.2 Implikasi Praktis	136
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Rekomendasi Penelitian Selanjutnya	137
DAFTAR PUSTAKA	140

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Nilai KMO dan Uji Bartlett Uji Pendahuluan.....	71
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Uji Pendahuluan.....	72
Tabel 3.3 Indikator Indeks <i>Goodness of Fit</i> Model Penelitian	75
Tabel 4.1 Hasil Penyebaran Kuisisioner Luring	78
Tabel 4.2 Hasil Penyebaran Kuisisioner Daring.....	78
Tabel 4.3 Hasil Penyebaran Kuisisioner Luring dan Daring.....	79
Tabel 4.4 Hasil Uji Beda Kuisisioner Luring dan Daring	80
Tabel 4.5 Profil Responden.....	82
Tabel 4.6 Hasil KMO dan Bartlett Test	90
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	91
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Diskriminan.....	93
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	95
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Data Penelitian.....	96
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas Data.....	103
Tabel 4.12 Hasil Uji Kesesuaian Model	106
Tabel 3.13 Hasil Uji Hipotesis.....	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Konsumen yang bersedia membayar lebih untuk produk dan jasa dari perusahaan yang berkomitmen pada dampak positif sosial dan lingkungan.....	2
Gambar 1.2	Faktor Pendorong Utama Membeli Produk <i>Sustainable</i>	3
Gambar 2.1	Model Anteseden Ekuitas Merek Hijau Chen (2010).....	33
Gambar 2.2	Model Anteseden Ekuitas Merek Hijau Ng dkk. (2014).....	34
Gambar 2.3	Model Anteseden dan Konsekuen Ekuitas Merek Hijau Bekk dkk (2015)	35
Gambar 2.4	Model Penelitian	36
Gambar 4.1	Hasil Uji Hipotesis	114



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisiion.....	147
Lampiran 2 Uji Pendahuluan ...	154
Lampiran 3 Hasil Uji <i>Independent Sample T-test</i> Luring dan Daring	166
Lampiran 4 Statitik Deskriptif Responden dan Data Penelitian	169
Lampiran 5 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	174
Lampiran 6 Uji Normalitas dan <i>Outliers</i>	179
Lampiran 7 Uji Model Pengukuran.....	184
Lampiran 8 Uji Model Struktural.....	201