

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	10
1.3 Rumusan Masalah	25
1.4 Tujuan Penelitian	25
1.5 Manfaat Penelitian.....	26
1.5.1 Manfaat Teoritis	26
1.5.2 Manfaat Praktis	26
1.6 Sistematika Penulisan.....	27
BAB II	29
TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	29
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	29
2.1.1 Pemasaran	29
2.1.2 <i>Green Marketing</i>	30
2.1.3 <i>Green</i> Produk	31
2.1.4 <i>Green Awareness</i>	33

2.1.5 <i>Green Practices</i>	33
2.1.6 <i>Green Store Attachment</i>	35
2.1.7 <i>Green Store Loyalty</i>	36
2.1.8 <i>Green Product Loyalty</i>	36
2.2 Peneletian Terdahulu	38
2.3 Kerangka Pemikiran	56
2.4 Hipotesis Penelitian	57
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	60
BAB III	62
METODE PENELITIAN.....	62
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	62
3.2.1 Operasioanl Variabel	62
3.2.2 Skala Pengukuran	66
3.3 Tahapan Penelitian.....	67
3.4 Populasi dan Sampel	70
3.4.1 Populasi.....	70
3.4.2 Sampel	70
3.5 Pengumpulan Data	72
3.6 Uji Validitas dan Realibilitas	73
3.6.1 Uji Validitas	74
3.6.2 Uji Realibilitas	76
3.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	78
3.7.1 Analisis Deskriptif	78

3.7.2 Structural Equation Modelling (SEM).....	80
3.7.2.1 Model Pengukuran.....	81
3.7.2.2 Partial Least Square (PLS).....	82
3.7.2.3 Uji Hubungan Mediasi.....	83
3.7.3 Pengukuran Struktural (<i>Inner Model</i>).....	83
3.7.4 Pengujian Hipotesis	84
BAB IV	86
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	86
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	87
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	88
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	90
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan Per Bulan ..	91
4.2 Hasil Penilitan	92
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	92
4.2.1.1 Green Practices	92
4.2.1.2 <i>Green Store Attachment</i>	95
4.2.1.3 <i>Green Store Loyalty</i>	97
4.2.1.4 <i>Green Store Loyalty</i>	100
4.2.2 Evaluasi Hasil Pengukuran (Outer Model)	104
4.2.3 Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	109
4.2.4 Uji Hipotesis	115
4.2.5 Uji Mediasi	117
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	118

4.3.1 Pengaruh Green Practices Terhadap Green Store Attachment.....	118
4.3.2 Pengaruh Green Store Attachment terhadap green store loyalty	119
4.3.3 Pengaruh Green Store Attachment terhadap green product loyalty	119
4.3.4 Pengaruh green store attachment terhadap green product loyalty melalui efek mediasi green store loyalty.....	120
BAB V	122
KESIMPULAN DAN SARAN.....	122
5.1 Kesimpulan.....	122
5.2 Saran	123
5.1.1 Saran Praktis	123
5.1.2 Saran Akademis	126
REFERENSI	128
LAMPIRAN.....	136