

Daftar Isi

HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	13
1.3. Batasan Penelitian	17
1.4. Rumusan Masalah	18
1.5. Tujuan Penelitian.....	18
1.6. Manfaat Penelitian.....	19
1.6.1. Manfaat Teoritis	19
1.6.2. Manfaat Praktis	19
BAB II TINJAUAN TEORITIK	20
2.1. Generasi.....	20
2.1.1. Generasi Milenial	21
2.1.2. Perilaku Generasi Milenial terhadap <i>Green product</i>	22
2.2. <i>Purchase Intention</i>	24
2.2.1. Definisi	24
2.2.2. <i>Green Product (Green Product)</i>	25
2.2.3. <i>Green Purchase Intention</i>	26
2.2.4. Faktor yang Mempengaruhi <i>Green Purchase Intention</i>	27
2.3. <i>Attitude towards Green Brand</i>	28
2.3.1. Definisi.....	28
2.3.2. Dampak dari <i>Attitude towards Green Brand</i>	29

2.3.3.	Faktor dari <i>Attitude towards Green Brand</i>	30
2.4.	<i>Green Brand Knowledge</i>	31
2.4.1.	Definisi	31
2.4.2.	Dampak dari <i>Green Brand Knowledge</i>	33
2.4.3.	Faktor dari <i>Green Brand Knowledge</i>	34
2.5.	<i>Theory Reasoned Action</i>	34
2.6.	Hubungan antara <i>Attitude towards Green Brand</i> dengan <i>Green Purchase Intention</i>	36
2.7.	Hubungan antara <i>Green Brand Knowledge</i> dengan <i>Green Purchase Intention</i>	38
2.8.	Kerangka Konseptual	40
2.9.	Hipotesis	40
BAB III	METODE PENELITIAN	42
3.1.	Tipe Penelitian	42
3.2.	Identifikasi Variabel Penelitian	43
3.2.1.	Variabel Bebas (Variabel X)	44
3.2.2.	Variabel Terikat (Variabel Y)	44
3.3.	Definisi Operasional Variabel Penelitian	45
3.3.1.	<i>Green Purchase Intention</i>	46
3.3.2.	<i>Attitude toward Green Brand</i>	46
3.3.3.	<i>Green Brand Knowledge</i>	47
3.4.	Subjek Penelitian	48
3.4.1.	Populasi	48
3.4.2.	Sampling	49
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	50
3.5.1.	Instrumen Penelitian Variabel Bebas 1 (<i>Attitude toward Green Brand</i>)	51
3.5.2.	Instrumen Penelitian Variabel Bebas 2 (<i>Green Brand Knowledge</i>)	52
3.5.3.	Instrumen Penelitian Variabel Terikat (<i>Green Purchase Intention</i>)	54
3.6.	Validitas dan Realibilitas Alat Ukur	54
3.6.1.	Validitas Alat Ukur	54
3.6.2.	Reliabilitas Alat Ukur	55
3.7.	Analisa Data	56

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	57
4.1. Gambaran Subjek Penelitian	57
4.2. Pelaksanaan Penelitian	61
4.2.1. Persiapan Penelitian	61
4.2.2. Pengambilan Data	63
4.3. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Alat Ukur	64
4.3.1. Uji Validitas	64
4.3.2. Uji Reliabel	65
4.4. Hasil Penelitian.....	67
4.4.1. Analisis Deskriptif	67
4.4.2. Analisis Deskriptif Berdasarkan Norma	69
4.4.3. Hasil Uji Asumsi.....	71
4.4.4. Hasil Uji Regresi Linear.....	77
4.5. Pembahasan	80
4.6. Keterbatasan Penelitian	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	90
5.1. Kesimpulan	90
5.2. Saran.....	90
5.2.1. Saran untuk Penelitian Selanjutnya	91
5.2.1. Saran untuk Kebutuhan Praktis	91
Daftar Pustaka.....	93
LAMPIRAN.....	98

Daftar Tabel

Tabel 1. 1 Pertumbuhan Pangsa Pasar Perusahaan Kosmetik di Indonesia 2015	4
Tabel 2.1 Blueprint Skala Attitude Toward Green Brand.....	52
Tabel 2.2 Blueprint Skala Green Purchase Intention	54
Tabel 4. 1 Profil Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4. 2 Profil Subjek Berdasarkan Usia	58
Tabel 4. 3 Profil Subjek Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	59
Tabel 4. 4 Profil Subjek Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	59
Tabel 4. 5 Profil Subjek Berdasarkan Jenis Produk Ramah Lingkungan yang Dibeli.....	60
Tabel 4. 6 Kategorisasi Tingkat Reliabilitas	66
Tabel 4. 7 Analisis Reliabilitas	66
Tabel 4. 8 Tabel Analisis Deskriptif	67
Tabel 4. 9 Tabel Rumus Acuan.....	69
Tabel 4. 10 Tabel Norma pada Variabel <i>Attitude Toward Green Brand</i>	69
Tabel 4. 11 Tabel Norma pada Variabel <i>Green Brand Knowledge</i>	70
Tabel 4. 12 Tabel Norma pada Variabel <i>Green Purchase Intention</i>	71
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Uji Normalitas Persebaran Data	73
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Uji Linearitas <i>Spearman</i>	74
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multi Kolinearitas.....	76
Tabel 4. 16 <i>Cook's Distance</i>	77
Tabel 4. 17 <i>Model Fit Measures</i>	78
Tabel 4. 18 <i>Model Coefficient</i>	79

Daftar Gambar

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	40
Gambar 3. 1 Variabel Penelitian	45
Gambar 4. 1 Gambar Q-Q Plot	72
Gambar 4. 2 Analisis Residual.....	73

Daftar Lampiran

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	99
Lampiran 2. Skor Kasar Subjek Penelitian	104
Lampiran 3. Hasil Kalkulasi <i>G*Power</i>	124
Lampiran 4. Uji Coba Alat Ukur	126
Lampiran 5. Reliabilitas Alat Ukur	129
Lampiran 6. <i>Rater Professional Judgement</i>	132