

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian .....	9
1.4. Manfaat Penelitian .....	10
1.5. Sistematika Skripsi .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Landasan Teori .....	12
2.1.1. Perilaku Konsumen .....	12
2.1.2. <i>Green Marketing</i> .....	13
2.1.3. <i>Green Perceived Quality</i> .....	15
2.1.4. <i>Green Purceived Risk</i> .....	17
2.1.5. <i>Green Trust</i> .....	18
2.1.6. <i>Green Purchase Intention</i> .....	19
2.1.7. Mobil Murah Ramah Lingkungan (LCGC) .....	20
2.2. Hubungan Antar Variabel & Hipotesis .....	21
2.2.1. Pengaruh <i>Green Perceived Quality</i> Terhadap <i>Green Purchase Intention</i> .....	21
2.2.2. Pengaruh <i>Green Perceived Risk</i> Terhadap <i>Green Purchase Intention</i> .....	22
2.2.3. Pengaruh <i>Green Perceived Quality</i> Terhadap <i>Green Trust</i> .....	23
2.2.4. Pengaruh <i>Green Perceived Risk</i> Terhadap <i>Green Trust</i> .....	24
2.2.5. Pengaruh <i>Green Trust</i> Terhadap <i>Green Purchase Intention</i> .....	25
2.3. Penelitian Sebelumnya .....	26
2.4. Model Analisis.....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Pendekatan Penelitian.....	30
3.2. Identifikasi Variabel .....	30
3.3. Definisi Operasional Variabel .....	31
3.4. Populasi dan Sampel.....	33
3.5. Jenis dan Sumber Data .....	35
3.6. Prosedur Pengumpulan Data .....	35
3.7. Teknik Analisis .....	36
3.7.1. Pengujian Instrumen Penelitian .....	36

3.7.2. Analisis SEM-PLS.....	37
3.7.3. PLS Regresi .....	41
3.7.4. Uji Hipotesis .....	42
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Deskripsi Hasil Penelitian .....	46
4.1.1. Karakteristik Responden .....	46
4.2. Deskripsi Jawaban Responden .....	48
4.3. Analisis Partial Least Square (PLS) .....	54
4.4. Pembahasan .....	66
4.4.1. Pengaruh <i>Green Perceived Quality</i> Terhadap <i>Green Purchase Intention</i> .....	66
4.4.2. Pengaruh <i>Green Perceived Risk</i> Terhadap <i>Green Purchase Intention</i> .....	67
4.4.3. Pengaruh <i>Green Perceived Quality</i> Terhadap <i>Green Trust</i> .....	69
4.4.4. Pengaruh <i>Green Perceived Risk</i> Terhadap <i>Green Trust</i> .....	70
4.4.5. Pengaruh <i>Green Trust</i> Terhadap <i>Green Purchase Intention</i> .....	72
4.4.6. Pengaruh Efek Mediasi.....	73
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1. Kesimpulan .....	75
5.2. Saran .....	76
5.2.1. Saran Untuk Produsen Kendaraan Ramah Lingkungan (LCGC).....	76
5.2.2. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	79
<b>LAMPIRAN</b>	