

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Batasan Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori.....	9
2.2.1 <i>Green Advertising</i>	9
2.2.2 <i>Green Brand Trust</i>	11
2.2.3 <i>Green Purchase Intention</i>	14
2.2.4 Pengaruh <i>Green Advertising</i> Terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	16
2.2.5 Pengaruh <i>Green Brand Trust</i> Terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	16
2.3 Kerangka Konseptual.....	17
2.4 Hipotesis	18

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian.....	19
3.2 Definisi Operasional dan Skala Pengukuran Variabel	19
3.3 Skala Pengukuran Variabel.....	22
3.4 Populasi dan Sampel.....	23
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	24
3.6 Teknik Analisis Data.....	25
3.6.1 Uji Instrumen.....	25

3.6.2	Analisa Deskriptif	27
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	27
3.6.4	Analisis Regresi Berganda.....	29
3.6.5	Uji hipotesis.....	30
3.7	Uji Koefisien Determinasi disesuaikan (R^2)	30

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.	Hasil Penelitian	35
4.2.	Pembahasan.....	49

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1.	Kesimpulan	54
5.2.	Saran	54

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN