

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
FORM DEKLARASI TERKAIT PLAGIARISME.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS.....	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1. Sustainable Fashion.....	1
1.1.2. Sejauh Mata Memandang.....	2
1.1.3. Sukka Citta	3
1.1.4. Sare Studio	4
1.1.5. Kana Goods	4
1.1.6. Imaji Studio	5
1.2 Latar Belakang Penelitian	6
1.3 Rumusan Masalah	15
1.4 Tujuan Penelitian.....	16
1.5 Manfaat Penelitian.....	16
1.5.1. Aspek Teoritis	16
1.5.2. Aspek Praktis	17
1.6 Sistematika Penulisan.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	19
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	19
2.1.1. Consumer Behavior.....	19
2.1.2. Theory of Planned Behavior	20

2.1.3.	Environmental Concern	21
2.1.4.	Environmental Knowledge.....	22
2.1.5.	Eco-Innovation.....	23
2.1.6.	Consumer Attitude	24
2.1.7.	Green Purchase Intention	25
2.1.8.	Generational Cohort	26
2.1.9.	Hubungan antar Variabel	27
2.1.9.1.	Hubungan Environmental Concern terhadap Green Purchase Intention.....	27
2.1.9.2.	Hubungan Environmental Concern terhadap Consumer Attitude....	27
2.1.9.3.	Hubungan Environmental Knowledge terhadap Green Purchase Intention	28
2.1.9.4.	Hubungan Environmental Knowledge terhadap Consumer Attitude	28
2.1.9.5.	Hubungan Eco-Innovation terhadap Green Purchase Intention	29
2.1.9.6.	Hubungan Eco-Innovation terhadap Consumer Attitude	29
2.1.9.7.	Hubungan Consumer Attitude terhadap Green Purchase Intention .	30
2.1.9.8.	Peran Consumer Attitude sebagai Mediator.....	30
2.1.9.9.	Peran Generational Cohort sebagai Moderator	31
2.2	Penelitian Terdahulu.....	33
2.3	Kerangka Pemikiran	49
2.4	Hipotesis Penelitian	51
2.5	Ruang Lingkup Penelitian	52
BAB III METODE PENELITIAN		53
3.1	Jenis Penelitian	53
3.2	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	54
3.2.1.	Operasional Variabel.....	54
3.2.2.	Skala Pengukuran.....	57
3.3	Tahapan Penelitian	58
3.4	Populasi dan Sampel	59
3.4.1.	Populasi.....	59
3.4.2.	Sampel.....	59
3.5	Teknik Pengumpulan Data	60
3.5.1.	Sumber Data.....	60
3.6	Uji Validitas dan Reabilitas.....	61
3.6.1.	Uji Validitas	61

3.6.2.	Uji Reabilitas.....	62
3.7	Teknik Analisis Data	63
3.7.1.	Analisis Deskriptif	63
3.7.2.	Structural Equation Model	65
3.7.2.1.	Model Pengukuran (Measurement Model/Outer Model)	65
3.7.2.2.	Pengukuran Struktural (Structural Model/Inner Model)	67
3.7.3.	Efek Mediasi	69
3.7.4.	Efek Moderasi	69
3.7.5.	Goodness of Fit Test	70
3.8	Uji Hipotesis.....	71
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	74
4.1	Karakteristik Responden	74
4.1.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
4.1.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	75
4.1.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	75
4.1.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	76
4.1.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan per Bulan	77
4.1.6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	77
4.2	Hasil Penelitian.....	78
4.2.1.	Analisis Deskriptif	78
4.2.1.1.	Environmental Concern.....	78
4.2.1.2.	Environmental Knowledge.....	81
4.2.1.3.	Eco-Innovation	84
4.2.1.1.	Consumer Attitude	86
4.2.1.2.	Green Purchase Intention	88
4.2.2.	Analisis SEM	91
4.2.2.1.	Measurement (Outer) Model	91
4.2.2.2.	Structural (Inner) Model.....	97
4.2.3.	Uji Hipotesis	101
4.2.3.1.	Uji Pengaruh Langsung	101
4.2.3.2.	Uji Mediasi	104
4.2.3.3.	Uji Moderasi.....	105
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	108
4.3.1.	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Environmental Concern.....	108

4.3.2.	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Environmental Knowledge	109
4.3.3.	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Eco-Innovation	109
4.3.4.	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Consumer Attitude.....	110
4.3.5.	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Green Purchase Intention.....	111
4.3.6.	Pengaruh Environmental Concern terhadap Green Purchase Intention	111
4.3.7.	Pengaruh Environmental Concern terhadap Consumer Attitude	112
4.3.8.	Pengaruh Environmental Knowledge terhadap Green Purchase Intention	112
4.3.9.	Pengaruh Environmental Knowledge terhadap Consumer Attitude ..	113
4.3.10.	Pengaruh Eco-Innovation terhadap Green Purchase Intention	114
4.3.11.	Pengaruh Eco-Innovation terhadap Consumer Attitude	114
4.3.12.	Pengaruh Consumer Attitude terhadap Green Purchase Intention.....	115
4.3.13.	Pengaruh Consumer Attitude dalam memediasi hubungan antara Environmental Concern dan Green Purchase Intention	115
4.3.14.	Pengaruh Consumer Attitude dalam memediasi hubungan antara Environmental Knowledge dan Green Purchase Intention	116
4.3.15.	Pengaruh Consumer Attitude dalam memediasi hubungan antara Eco- Innovation dan Green Purchase Intention	117
4.3.16.	Pengaruh Generational cohort dalam memoderasi hubungan Environmental Concern terhadap Consumer Attitude	117
4.3.17.	Pengaruh Generational cohort dalam memoderasi hubungan Environmental Knowledge terhadap Consumer Attitude	118
4.3.18.	Pengaruh Generational cohort dalam memoderasi hubungan Eco- Innovation terhadap Consumer Attitude	119
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		121
5.1	Kesimpulan.....	121
5.2	Saran	125
DAFTAR PUSTAKA		129
LAMPIRAN.....		140