

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS	i
SURAT PERNYATAAN UNTUK TESIS	ii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Permasalahan	1
1. Latar Belakang Masalah	1
a. Identifikasi Masalah	1
b. Pembatasan Masalah	5
c. Perumusan Masalah	6
B. Tujuan dan Manfaat Penelitian	
1. Tujuan Penelitian	7
2. Manfaat Penelitian	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Gambaran Umum Teori	8
B. Kerangka Teori	8
1. Definisi konseptual variabel	8
a. Variabel Dependen	8
1) Intensi Pembelian Sedotan Kaca	9
b. Variabel Independen	9
1) <i>Social Media Marketing</i>	9
2) <i>Green Perceived Value</i>	10

3) <i>Consumer attitude</i>	11
C. Kaitan Antar Variabel	12
D. Penelitian Terdahulu	14
E. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	19
1. Kerangka Pemikiran	19
2. Hipotesis	21
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Periode Penelitian	23
B. Sumber dan Pengumpulan Data	23
C. Populasi dan Sampel Penelitian	24
1. Populasi	24
2. Sampel	24
D. Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel	25
1. <i>Social Media Marketing</i>	25
2. <i>Green Perceived Value</i>	26
3. <i>Consumer attitude</i>	27
4. Intensi Pembelian Sedotan Kaca	27
E. Analisis Validitas dan Reliabilitas	28
F. Teknis Analisis Data	29
1. Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model Analysis</i> )	31
2. Uji Model Struktural ( <i>Inner Model Analysis</i> )	31
3. Pengujian <i>goodness-of-fit (GoF)</i>	31
G. Pengujian Hipotesis	32
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Subjek Penelitian	33
1. Gender	33
2. Usia	34
3. Domisili	34
4. Pekerjaan	35
5. Pendidikan Terakhir	35
6. Pendapatan Per Bulan	36
B. Deskripsi Objek Penelitian	37

1. <i>Social Media Marketing</i>	37
2. <i>Green Perceived Value</i>	38
3. <i>Consumer attitude</i>	39
4. Intensi Pembelian Sedotan Kaca	40
C. Hasil Analisa Data	41
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model Analysis</i> )	41
a. Analisis Validitas dan Reliabilitas	41
1) Analisis Validitas	41
2) Analisis Reliabilitas	48
2. Hasil Pengujian Model Pengukuran ( <i>Inner Model Analysis</i> )	47
a. <i>Coefficient of determination (R<sup>2</sup>)</i>	48
b. <i>Cross-validated redundancy (Q<sup>2</sup>)</i>	49
c. <i>Path coefficient</i>	50
d. <i>Effect size (f<sup>2</sup>)</i>	50
e. <i>Hasil Pengujian Goodness of Fit (GoF)</i>	51
f. Hasil Pengujian Hipotesis	51
D. Pembahasan	54
BAB V        SARAN DAN KESIMPULAN	
A. Kesimpulan	61
B. Keterbatasan dan Saran	61
C. Implikasi Manajerial	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	71

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	<i>Theory Planned Behaviour (TPB)</i>	8
Gambar 2.2	Model Penelitian	15
Gambar 4.1	Demografis Berdasarkan <i>Gender</i>	33
Gambar 4.2	Demografis Berdasarkan Usia	34
Gambar 4.3	Demografis Berdasarkan Domisili	34
Gambar 4.4	Demografis Berdasarkan Pendidikan Terakhir	35
Gambar 4.5	Demografis Berdasarkan Pekerjaan	35
Gambar 4.6	Demografis Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	36
Gambar 4.7	Hasil Analisa <i>Loading Factor</i> Awal	44
Gambar 4.8	Hasil Analisa <i>Loading Factor</i> Final	46

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel <i>Social Media Marketing</i>	25
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel <i>Green Perceived Value</i>	26
Tabel 3.3	Operasionalisasi Variabel <i>Consumer attitude</i>	27
Tabel 3.4	Operasionalisasi Variabel Intensi Pembeli Sedotan Kaca	27
Tabel 4.1	Tanggapan Responden Atas Variabel <i>Social Media Marketing</i>	37
Tabel 4.2	Tanggapan Responden Atas Variabel <i>Green Perceived Value</i>	38
Tabel 4.3	Tanggapan Responden Atas Variabel <i>Consumer attitude</i>	40
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Atas Variabel <i>Intensi pembelian Produk Sedotan Kaca</i>	40
Tabel 4.5	Hasil Analisis <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> Awal	41
Tabel 4.6	Hasil Analisis <i>Loading Factor</i> Awal	42
Tabel 4.7	Hasil Analisis <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> Final	45
Tabel 4.8	Hasil Analisis <i>Fornell-Larcker</i>	46
Tabel 4.9	Hasil Analisis <i>Heterotrait-monotrait ratio (HTMT)</i>	46
Tabel 4.10	Hasil Analisis <i>Cross Loadings</i>	47
Tabel 4.11	Hasil Analisis Reliabilitas	48
Tabel 4.12	Hasil Pengujian <i>coefficient of determination</i>	49
Tabel 4.13	Hasil Pengujian <i>cross-validated redundancy</i>	49
Tabel 4.14	Hasil Pengujian <i>bootstrapping</i>	50
Tabel 4.15	Hasil Pengujian <i>Effect size</i>	51
Tabel 4.16	Hasil Pengujian <i>Bootstrapping</i> Hipotesis 1	52
Tabel 4.17	Hasil Pengujian <i>Bootstrapping</i> Hipotesis 2	53
Tabel 4.18	Hasil Pengujian <i>Bootstrapping</i> Hipotesis 3	53

Tabel 4.19	Hasil Pengujian Hipotesis	54
Tabel 4.20	Pernyataan dalam kuisisioner dengan loading factor < 0,70	55

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner	71
Lampiran 2	Hasil Jawaban Responden	83
Lampiran 3	Hasil Uji PLS SEM	107