

**PENGARUH *E-WOM* DAN *ENVIRONMENTAL CONCERN*
TERHADAP *GREEN PURCHASE INTENTION* PRODUK SEPATU
LOKAL BERKELANJUTAN MELALUI *ATTITUDE TOWARD*
GREEN PRODUCT SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

IBNU HAIBAN

1705622055



Intelligentia - Dignitas

**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri
Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2026

***THE INFLUENCE OF E-WOM AND ENVIRONMENTAL
CONCERN ON GREEN PURCHASE INTENTION FOR
SUSTAINABLE LOCAL FOOTWEAR PRODUCTS: THE
MEDIATING ROLE OF ATTITUDE TOWARD GREEN PRODUCTS***

IBNU HAIBAN

1705622055



Intelligentia - Dignitas

***This Thesis was Prepared as one of the Requirements to Obtain a Bachelor of
Management Degree at the Faculty of Economics and Business, State University of
Jakarta***

***MANAGEMENT S1 STUDY PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

2026

ABSTRAK

Ibnu Haiban, 1705622055. Pengaruh *e-WOM* dan *Environmental Concern* terhadap *Green Purchase Intention* Produk Sepatu Lokal Berkelanjutan melalui *Attitude toward Green Product* sebagai Variabel Mediasi. Jakarta: Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, 2026.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *electronic word of mouth* (*e-WOM*) dan *environmental concern* terhadap *green purchase intention* produk sepatu lokal berkelanjutan melalui *attitude toward green product* sebagai variabel mediasi dengan menggunakan teori *Stimulus–Organism–Response* (*S-O-R*) sebagai landasan konseptual. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei daring. Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu yang memiliki niat membeli produk sepatu lokal berkelanjutan. Data diperoleh dari 200 responden melalui penyebaran kuesioner dengan metode *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling* (*SEM*) dengan bantuan AMOS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *environmental concern* berpengaruh positif terhadap *green purchase intention* dan *attitude toward green product*. Sebaliknya, *e-WOM* tidak berpengaruh terhadap *green purchase intention* maupun *attitude toward green product*. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa *attitude toward green product* tidak berpengaruh terhadap *green purchase intention*. Hasil uji mediasi menunjukkan bahwa *attitude toward green product* tidak mampu memediasi pengaruh *e-WOM* maupun *environmental concern* terhadap *green purchase intention*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kepedulian konsumen terhadap lingkungan menjadi faktor utama yang mendorong niat membeli produk sepatu lokal berkelanjutan. Pelaku usaha disarankan meningkatkan edukasi dan kampanye mengenai pentingnya isu keberlanjutan. Peneliti selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain serta memperluas objek penelitian agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan.

Kata Kunci: *attitude toward green product, electronic word of mouth, environmental concern, green purchase intention.*

ABSTRACT

Ibnu Haiban, 1705622055. *The Influence of e-WOM and Environmental Concern on Green Purchase Intention for Sustainable Local Footwear Products: The Mediating Role of Attitude Toward Green Products*. Jakarta: Bachelor's Degree Program in Management, Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Jakarta, 2026.

This study aims to examine the influence of electronic word of mouth (e-WOM) and environmental concern on green purchase intention toward sustainable local footwear products through attitude toward green products as a mediating variable, based on the Stimulus–Organism–Response (S-O-R) theory. A quantitative approach was employed using an online survey method. The unit of analysis comprised individuals who expressed an intention to purchase sustainable local footwear products. Data were collected from 200 respondents using a purposive sampling technique through a structured questionnaire. Data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) with AMOS 26. The findings reveal that environmental concern has a positive effect on both green purchase intention and attitude toward green products. In contrast, e-WOM has no significant effect on either green purchase intention or attitude toward green products. The results also indicate that attitude toward green products does not significantly influence green purchase intention. Furthermore, the mediation analysis demonstrates that attitude toward green products does not mediate the effects of e-WOM or environmental concern on green purchase intention. The study concludes that consumers' environmental concern is the primary factor driving their intention to purchase sustainable local footwear products. Therefore, businesses are encouraged to strengthen educational initiatives and campaigns promoting sustainability issues. Future research is recommended to incorporate additional variables and expand the research scope to enhance the generalizability of the findings.

Keywords: *attitude toward green product, electronic word of mouth, environmental concern, green purchase intention.*

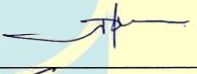
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR BENTUK : SKRIPSI

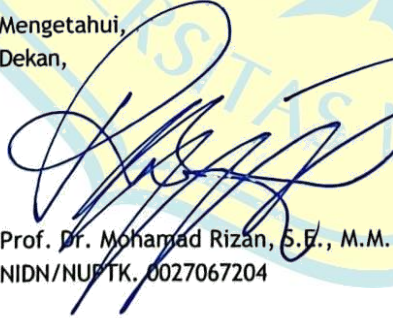
Nama Mahasiswa : Ibnu Haiban
NIM : 1705622055
Program Studi/Fakultas : S1 Manajemen/Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Judul Penelitian : PENGARUH *E-WOM* DAN *ENVIRONMENTAL CONCERN* TERHADAP *GREEN PURCHASE INTENTION* PRODUK SEPATU LOKAL BERKELANJUTAN MELALUI *ATTITUDE TOWARD GREEN PRODUCT* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Ini telah dipertahankan dihadapan dewan penguji dan dinyatakan *Lulus/ Tidak Lulus**
Ujian Tugas Akhir oleh Tim Penguji pada Tanggal 21 Juli 2026

Tim Penguji,

Ketua	Dr. Ryna Parlyna, M.B.A.	
	NIP. 197701112008122003	
Penguji 1	Dr. Andrian Haro, S.Si., M.M.	
	NIP. 198509242014041002	
Penguji 2	Prima Andriani, S.E., M.Sc.	
	NIP. 199401072024062001	
Pembimbing 1	Dr. Setyo Ferry Wibowo, S.E., M.Si.	
	NIP. 197206171999031001	
Pembimbing 2	Meta Bara Berutu, S.E., M.M.	
	NIP. 199409222022032012	

Mengetahui,
Dekan,


Prof. Dr. Mohammad Rizan, S.E., M.M.
NIDN/NUPTK. 0027067204

Koordinator Program Studi S1 Manajemen,


Dr. M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A.
NIDN/NUPTK. 0025017203

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Nama Mahasiswa : Ibnu Haiban
NIM : 1705622055
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Judul TA : PENGARUH E-WOM DAN ENVIRONMENTAL CONCERN TERHADAP GREEN PURCHASE INTENTION PRODUK SEPATU LOKAL BERKELANJUTAN MELALUI ATTITUDE TOWARD GREEN PRODUCT SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya tulis ilmiah ini.

Jakarta, 28 Juli 2026

Yang menyatakan,



METERAN TEMBUK
PPN 08AOX098883595

Ibnu Haiban
NIM. 1705622055

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ibnu Haiban
NIM : 1705622055
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Alamat email : haibanibnu58@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh *E-WOM* dan *Environmental Concern* terhadap *Green Purchase Intention* Produk Sepatu Lokal Berkelanjutan melalui *Attitude toward Green Product* sebagai Variabel Mediasi

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 11 Agustus 2026
Penulis

Ibnu Haiban
No. Reg. 1705622055

LEMBAR PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala rahmat, karunia, dan penyertaan-Nya sehingga skripsi yang berjudul "Pengaruh *e-WOM* dan *Environmental Concern* terhadap *Green Purchase Intention* Produk Sepatu Lokal Berkelanjutan melalui *Attitude toward Green Product* sebagai Variabel Mediasi" dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.

Proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, arahan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Setiap bentuk bantuan yang diberikan memiliki peran penting dalam menyelesaikan penelitian ini. Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung, selama proses penelitian hingga penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih secara khusus penulis sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. M. Edo Suryawan Siregar, S.E, M.B.A, selaku Koordinator Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. Setyo Ferry Wibowo, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, bimbingan, serta masukan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.

4. Meta Bara Berutu, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, bimbingan, serta masukan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
5. Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dukungan, perhatian, serta semangat kepada penulis. Pengorbanan, kesabaran, dan kepercayaan yang diberikan menjadi sumber kekuatan bagi penulis dalam menghadapi setiap proses hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Rekan-rekan satu bimbingan Bapak Dr. Setyo Ferry Wibowo, S.E., M.Si., yang telah memberikan semangat, dukungan, motivasi, serta menjadi teman berdiskusi selama proses penyusunan skripsi. Kebersamaan, kerja sama, dan saling berbagi informasi sangat membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian dengan jujur. Partisipasi serta kontribusi yang diberikan menjadi bagian penting dalam pengumpulan data sehingga penelitian dan penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
8. FC Barcelona, klub kebanggaan yang telah menemani perjalanan penulis dalam berbagai fase kehidupan. Di setiap kemenangan, klub ini mengajarkan bahwa keberhasilan lahir dari kerja sama, disiplin, dan komitmen terhadap tujuan bersama. Di setiap kekalahan, klub ini mengajarkan bahwa kegagalan bukanlah alasan untuk berhenti, melainkan

kesempatan untuk bangkit dengan semangat yang lebih besar. Filosofi untuk terus memainkan permainan dengan keberanian, menghargai proses, mengutamakan kebersamaan, serta tetap teguh pada jati diri memberikan makna yang mendalam bagi penulis selama menyelesaikan skripsi ini. Dukungan yang penulis rasakan sebagai seorang pendukung mungkin hanya hadir melalui layar dan sorak-sorai dari kejauhan, tetapi semangat yang ditunjukkan klub ini telah menjadi pengingat bahwa kesabaran, konsistensi, dan keyakinan terhadap proses pada akhirnya akan membuahkan hasil. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan penulis, baik dalam suka maupun duka. *Visca el Barça i Visca Catalunya*.

9. Lionel Andrés Messi Cuccitini, sosok yang menjadi idola sekaligus sumber inspirasi bagi penulis. Meskipun tidak mengenal penulis secara pribadi, perjalanan hidup dan karier beliau telah memberikan pelajaran yang sangat berharga. Dari kisah perjuangannya menghadapi keterbatasan sejak usia muda, kegigihannya bangkit setelah berbagai kegagalan dan kekalahan, hingga kesabarannya dalam terus berusaha meraih impian, penulis belajar bahwa keberhasilan tidak datang secara instan. Penulis memahami bahwa setiap proses membutuhkan kerja keras, disiplin, konsistensi, serta keberanian untuk terus mencoba meskipun hasil yang diharapkan belum tercapai. Semangat pantang menyerah yang beliau tunjukkan menjadi pengingat bagi penulis untuk tetap melangkah ketika menghadapi kesulitan dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih karena telah membuktikan

melalui tindakan bahwa ketekunan, kerendahan hati, dan keyakinan terhadap proses pada akhirnya dapat mengantarkan seseorang menuju pencapaian yang terbaik.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki beberapa keterbatasan. Peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk memperbaiki penelitian ini di masa mendatang. Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menambah wawasan dalam bidang ilmu manajemen di Indonesia. Selain itu, peneliti berharap skripsi ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan penelitian yang berkaitan dengan topik yang serupa.

Jakarta, 30 Juli 2026



Ibnu Haiban

NIM.1705622055

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	14
1.4.2 Manfaat Praktis.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Teori Pendukung	16
2.1.1 <i>Stimulus-Organism-Response Theory</i>	16

2.1.2	<i>Green Purchase Intention</i>	17
2.1.3	<i>Electronic Word of Mouth</i>	20
2.1.4	<i>Enviromental Concern</i>	22
2.1.5	<i>Attitude toward Green Product</i>	25
2.2	Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	26
2.2.1	Kerangka Teori	26
2.2.2	Pengembangan Hipotesis	27
2.2.2.1	Pengaruh <i>e-WOM</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	27
2.2.2.2	Pengaruh <i>Enviromental Concern</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	29
2.2.2.3	Pengaruh <i>Attitude toward Green Product</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	30
2.2.2.4	Pengaruh <i>e-WOM</i> terhadap <i>Attitude toward Green Product</i>	32
2.2.2.5	Pengaruh <i>Environmental Concern</i> terhadap <i>Attitude toward Green Product</i>	33
2.2.2.6	Pengaruh <i>e-WOM</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i> melalui <i>Attitude toward Green Product</i>	35
2.2.2.7	Pengaruh <i>Environmental Concern</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i> melalui <i>Attitude toward Green Product</i>	36
2.3	Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		44
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian.....	44

3.2	Desain Penelitian	45
3.3	Populasi dan Sampel.....	46
3.3.1	Populasi.....	46
3.3.2	Sampel.....	46
3.4	Pengembangan Instrumen	47
3.4.1	Variabel Penelitian.....	47
3.4.2	Operasional Variabel	48
3.5	Teknik Pengumpulan Data	52
3.6	Teknik Analisis Data	54
3.6.1	Uji Normalitas	54
3.6.2	Uji <i>Bollen Stine Bootstrap</i>	54
3.6.3	Uji Validitas	55
3.6.4	Uji Reliabilitas.....	56
3.6.5	Uji Hipotesis	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		62
4.1	Deskripsi Data	62
4.1.1	Karakteristik Responden.....	62
4.1.2	Analisis Deskriptif.....	67
4.1.2.1	Variabel <i>Green Purchase Intention</i>	68
4.1.2.2	Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	70
4.1.2.3	Variabel <i>Environmental Concern</i>	74
4.1.2.4	Variabel <i>Attitude toward Green Product</i>	76

4.2	Hasil Pengujian	79
4.2.1	Uji Normalitas	79
4.2.2	Uji <i>Bollen Stine Bootstrap</i>	81
4.2.3	Uji Validitas	82
4.2.4	Uji Reliabilitas	83
4.2.5	Uji Kelayakan Model	84
4.2.6	Uji Hipotesis	88
4.3	Pembahasan	91
4.3.1	Pengaruh <i>e-WOM</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i> Produk Sepatu Lokal Berkelanjutan (H1)	91
4.3.2	Pengaruh <i>Environmental Concern</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i> Produk Sepatu Lokal Berkelanjutan (H2)	94
4.3.3	Pengaruh <i>Attitude toward Green Product</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i> Produk Sepatu Lokal Berkelanjutan (H3)	97
4.3.4	Pengaruh <i>e-WOM</i> terhadap <i>Attitude toward Green Product</i> Sepatu Lokal Berkelanjutan (H4)	99
4.3.5	Pengaruh <i>Environmental Concern</i> terhadap <i>Attitude toward Green Product</i> Sepatu Lokal Berkelanjutan (H5)	101
4.3.6	Pengaruh <i>e-WOM</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i> melalui <i>Attitude toward Green Product</i> Sepatu Lokal Berkelanjutan (H6)	104
4.3.7	Pengaruh <i>Environmental Concern</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i> melalui <i>Attitude toward Green Product</i> Sepatu Lokal Berkelanjutan (H7)	107

BAB V PENUTUP	112
5.1 Kesimpulan.....	112
5.2 Implikasi.....	114
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	114
5.2.2 Implikasi Praktis.....	115
5.3 Keterbatasan Penelitian	116
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	117
DAFTAR PUSTAKA	119
LAMPIRAN	135



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan PDB Industri Alas Kaki (Sepatu) Tahun 2020-2025.....	2
Gambar 1. 2 Pergerakan Tren Pencarian Merek Sepatu Lokal Tahun 2018-2026	5
Gambar 2. 1 Kerangka Teori Penelitian.....	26
Gambar 4. 1 Hasil Uji <i>Bollen-Stine Bootstrap</i>	81
Gambar 4. 2 Model Struktural Variabel	84
Gambar 4. 3 Model Struktural Variabel setelah Modifikasi	86



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian yang Relevan	38
Tabel 3. 1 Tabel Operasional Variabel <i>e-WOM</i>	48
Tabel 3. 2 Tabel Operasional Variabel <i>Environmental Concern</i>	50
Tabel 3. 3 Tabel Operasional Variabel <i>Attitude toward Green Product</i>	51
Tabel 3. 4 Tabel Operasional Variabel <i>Green Purchase Intention</i>	52
Tabel 3. 5 Skala Likert	53
Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4. 2 Data Responden Berdasarkan Usia	63
Tabel 4. 3 Data Responden Berdasarkan Domisili	64
Tabel 4. 4 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	65
Tabel 4. 5 Data Responden Berdasarkan Pendapatan dalam Sebulan	65
Tabel 4. 6 Data Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir	66
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Variabel <i>Green Purchase Intention</i>	68
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Variabel <i>e-WOM</i>	71
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Variabel <i>Environmental Concern</i>	74
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif Variabel <i>Attitude toward Green Product</i>	77
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas	80
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas dan AVE	82
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas	83
Tabel 4. 14 <i>Goodness of Fit Index</i> Model Struktural	85

Tabel 4. 15 <i>Goodness of Fit Index</i> Model Struktural setelah Modifikasi	87
Tabel 4. 16 Hasil Uji Hipotesis.....	89
Tabel 4. 17 Hasil Uji Mediasi	90



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	135
Lampiran 2. Hasil Uji Coba Validitas Instrumen 57 Responden.....	140
Lampiran 3. Hasil Uji Coba Reliabilitas Instrumen 57 Responden	141
Lampiran 4. Hasil Uji Normalitas Final 200 Responden.....	141
Lampiran 5. Hasil Uji <i>Bollen-Stine Bootstrap</i> Final 200 Responden	142
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas Final 200 Responden.....	142
Lampiran 7. Hasil Uji Reliabilitas Final 200 Responden	143
Lampiran 8. Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i> Final 200 Responden.....	144
Lampiran 9. Hasil Uji Hipotesis.....	145
Lampiran 10. Hasil Uji Mediasi <i>Bootstrap</i>	145
Lampiran 11. Lembar Persetujuan Judul	146
Lampiran 12. Kartu Konsultasi Skripsi.....	147
Lampiran 13. Lembar Persetujuan Seminar Proposal.....	148
Lampiran 14. Lembar Persetujuan Sidang Skripsi	149
Lampiran 15. Hasil Turnitin Skripsi.....	150
Lampiran 16. Riwayat Hidup Peneliti.....	151