

DAFTAR ISI

JUDUL	i
ABSTRAK	iii
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	17
1.3 Pembatasan Masalah.....	18
1.4 Perumusan Masalah.....	18
1.5 Kegunaan Penelitian	19
BAB II KAJIAN TEORETIK	20
2.1 Kajian Pustaka.....	20
2.11 Minat Beli Produk Hijau (<i>Green Purchase Intention</i>)	20
2.12 Persepsi Nilai Produk Hijau (<i>Green Perceived Value</i>)	25
2.13 Kepercayaan Produk Hijau (<i>Green Trust</i>)	30
2.2 Review Penelitian Relevan	34
2.3 Kerangka Teoretik.....	45
2.4 Model Penelitian.....	48
2.5 Perumusan Hipotesis	49
BAB III METODE PENELITIAN	50
3.1 Tujuan Penelitian.....	50
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	50
3.3 Metode Penelitian.....	51
3.4 Penentuan Populasi dan Sampel.....	52

3.5 Metode Pengumpulan Data.....	56
3.6 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	57
3.7 Skala Pengukuran	59
3.8 Alat dan Teknis Data	60
3.9 Pengujian Instrumen	61
3.10 Uji Asumsi Klasik	62
3.11 Uji Hipotesis.....	65
BAB IV HASIL PENELITIAN	66
4.1 Deskripsi Data.....	66
4.2 Analisis Deskriptif.....	69
4.3 Uji Instrumen	76
4.4 Uji Asumsi Klasik	80
4.5 Uji Hipotesis.....	84
4.6 Pembahasan.....	88
BAB V PEMBAHASAN	93
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Implikasi	90
5.3 Saran	93
DAFTAR PUSTAKA.....	97
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	100
RIWAYAT HIDUP.....	130

DAFTAR TABEL

1.1 Hasil Pra Riset <i>Purchase Intention</i> AC Daikin.....	14
1.2 Rekapitulasi Alasan Konsumen Tidak Berminat untuk Membeli AC Daikin	14
1.3 Variabel Penelitian	16
2.1 Persamaan Dimensi/Indikator Minat Beli Produk Hijau	24
2.2 Persamaan Dimensi/Indikator Persepsi Nilai Produk Hijau	29
2.3 Persamaan Dimensi/Indikator Kepercayaan Produk Hijau.....	33
2.4 Perbandingan Penelitian Terdahulu.....	43
3.1 Kajian Penelitian Terdahulu	54
3.2 Operasionalisasi Variabel	58
3.3 Skala Likert.....	60
4.1 Jenis Kelamin dan Usia Responden	66
4.2 Pekerjaan dan Pendapatan/Pemasukan per Bulan.....	68
4.3 Nilai Analisis Deskriptif Persepsi Nilai Produk Hijau (X1).....	70
4.4 Nilai Analisis Deskriptif Kepercayaan Produk Hijau (X2)	73
4.5 Nilai Analisis Deskriptif Minat Beli Produk Hijau (Y).....	74
4.6 Pearson Persepsi Nilai Produk Hijau (X1).....	77
4.7 Pearson Kepercayaan Produk Hijau (X2)	77
4.8 Pearson Minat Beli Produk Hijau (Y)	78
4.9 Hasil Uji Reliabilitas	79
4.10 Uji Normalitas	80
4.11 Uji Linearitas.....	81
4.12 Uji Multikolinearitas.....	83
4.13 Uji Heterokedastisitas	84
4.14 Uji Regresi	85
4.15 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	85
4.16 Uji t.....	87
4.17 Hasil Pengujian Hipotesis	88

DAFTAR GAMBAR

1.1 <i>World Air Conditioner Market</i> 2012-2017	4
1.2 <i>Intention Air Conditioner</i> di Indonesia Desember 2016.....	6
1.3 <i>Purchase Air Conditioner</i> di Indonesia Desember 2016.....	6
1.4 <i>Top Brand Index Air Conditioner</i> di Indonesia Desember 2016	7
1.5 <i>Brand Index Air Conditioner</i> Fase 1 2017.....	7
1.6 <i>Market Share</i> Produsen AC Semester Pertama 2015	8
1.7 <i>Market Share</i> Produsen AC Semester Pertama 2016	8
1.8 Perbandingan Tipe Freon di Indonesia	10
2.1 Model Penelitian.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner Minat Beli Produk Hijau “AC Daikin”	101
Data Mentah Kuesioner	105
Hasil Penelitian	119
Lembar Konsultasi	128
Lembar Perbaikan Skripsi	129
Riwayat Hidup	130