

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
10.1	Latar Belakang
Masalah	1
10.2	Perumusan
Masalah	8
10.3	Tujuan Penelitian
8	
10.4	Kegunaan
Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN TEORETIK.....	10
2.1 Deskripsi Konseptual	10
2.1.1 Minat Beli Produk Ramah Lingkungan (<i>Green Purchase Intention</i>).....	10
2.1.2 Pengetahuan Lingkungan (<i>Environmental Knowledge</i>).....	13
2.1.3 Kepercayaan Produk Hijau (<i>Green Trust</i>)	15
2.2 <i>Review</i> Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Teoretik.....	28
2.4 Perumusan Hipotesis	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Tempat, Waktu, dan Objek Penelitian	31
3.2 Metode Penelitian.....	31
3.3 Populasi dan Sampel	32
3.3.1 Populasi	32
3.3.2 Sampel.....	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.5 Operasional Variabel.....	36
3.5.1 Variabel Independen	36
3.5.2 Variabel Dependen.....	36
3.6 Skala Pengukuran.....	39
3.7 Alat dan Teknis Analisis Data.....	39
3.8 Uji Instrumen	40
3.8.1 Uji Validitas	40
3.8.2 Uji Reliabilitas	41

3.9 Analisis Deskriptif	41
3.10 Uji Asumsi Klasik	42
3.10.1 Uji Normalitas	42
3.10.2 Uji Multikolinearitas	42
3.10.3 Uji Heterokedastisitas	43
3.10.4 Uji Linieritas	43
3.11 Uji Hipotesis.....	43
3.11.1 Uji Regresi Linier Berganda	43
3.11.2 Uji t.....	44
3.11.3 Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R^2).....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Deskripsi Unit Analisis	46
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	46
4.2 Analisis Deskriptif	47
4.2.1 Variabel Kepedulian Lingkungan (X_1)	48
4.2.2 Variabel Sikap Konsumen (X_2).....	49
4.2.3 Variabel Niat Pembelian (Y).....	50
4.3 Uji Instrumen	51
4.3.1 Uji Validitas	51
4.3.2 Uji Reliabilitas	52
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	53
4.4.1 Uji Normalitas.....	53
4.4.2 Uji Multikolinieritas.....	55
4.4.3 Uji Heterokedastisitas	56
4.4.4 Uji Linearitas.....	57
4.5 Uji Hipotesis.....	59
4.5.1 Regresi Linier Berganda	59
4.5.2 Koefisien Determinasi (Adjusted R^2).....	60
4.5.3 Uji t.....	61
4.6 Pembahasan.....	62
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	65
5.1. Kesimpulan	65
5.2. Implikasi.....	65
5.3. Saran.....	67
5.3.1 Saran Praktis.....	67
5.3.2 Saran Teoritis	68
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	73

DAFTAR TABEL

	Halaman
TABEL I.1 Variabel Penelitian.....	7
TABEL II.1 Persamaan Dimensi Minat Beli Produk Ramah Lingkungan	12
TABEL II.2 Persamaan Dimensi Pengetahuan Lingkungan.....	15
TABEL II.3 Persamaan Dimensi Kepercayaan Produk Hijau	19
TABEL II.4 <i>Review</i> Penelitian Terdahulu	27
TABEL III.1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	34
TABEL III.2 Operasional Variabel	37
TABEL III.3 Skala Likert	39
TABEL IV.1 Jenis Kelamin dan Usia.....	46
TABEL IV.2 Deskripsi Variabel Pengetahuan Lingkungan	48
TABEL IV.3 Deskripsi Variabel Kepercayaan Produk Hijau	49
TABEL IV.4 Deskripsi Variabel Minat Beli Produk Ramah Lingkungan	50
TABEL IV.5 Hasil Uji Validitas	52
TABEL IV.6 Hasil Uji Reliabilitas	53
TABEL IV.7 Hasil Uji Normalitas	54
TABEL IV.8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	56
TABEL IV.9 Hasil Uji Heterokedastisitas	57
TABEL IV.10 Uji Linearitas.....	58
TABEL IV.11 Hasil Uji Linier Berganda	59
TABEL IV.12 Hasil Koefisien Determinasi (Adjusted R^2)	61
TABEL IV.13 Hasil Uji t	62
TABEL IV.14 Hasil Pengujian Hipotesis	63

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
GAMBAR I.1 <i>US Organic Personal Care Market Size</i>	1
GAMBAR I.2 <i>Top Brand Index Skincare Fase 1 2017</i>	4
GAMBAR II.1 <i>Kerangka Pemikiran</i>	30
GAMBAR IV.1 <i>Grafik Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual</i>	55

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	74
Lampiran 2 Data Hasil Kuesioner	78
Lampiran 3 Data Hasil Uji Validitas	79
Lampiran 4 Data Hasil Uji Reliabilitas	82
Lampiran 5 Data Hasil Uji Asumsi Klasik.....	84
Lampiran 6 Data Hasil Uji Hipotesis	87