

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN TEORETIK	15
A. Deskripsi Konseptual	15
1. <i>Consumer Purchase Intention</i> (Niat Pembelian Konsumen).....	15
2. <i>Willingness to Pay Premium</i> (Kesediaan Membayar Harga Premium).....	16
3. <i>Environmental Concern</i> (Kepedulian Lingkungan).....	18
4. <i>Health Consciousness</i> (Kesadaran Kesehatan)	20
5. <i>Consumer Innovativeness</i> (Inovasi Konsumen).....	22
B. Hasil Penelitian yang Relevan	25
C. Kerangka Teoretik.....	41
D. Hipotesis.....	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	46
A. Tempat dan Waktu Penelitian	46
1. Tempat.....	46
2. Waktu	46
B. Metode Penelitian.....	46
C. <i>Sampling</i>	47
1. Populasi.....	47

2.	Sampel.....	48
D.	Teknik Pengumpulan Data.....	51
E.	Operasionalisasi Variabel.....	51
1.	Variabel Independen	52
2.	Variabel Dependen.....	52
F.	Skala Pengukuran.....	56
G.	Teknik Analisis Data.....	57
1.	Analisis Deskriptif	57
2.	Uji Validitas	58
3.	Uji Reliabilitas	59
4.	Uji Kesesuaian Model.....	60
5.	Pengujian Hipotesis.....	66
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
A.	Deskripsi Data.....	67
B.	Hasil Analisis Data.....	72
1.	Analisis Deskriptif	72
2.	<i>Exploratory Factor Analysis</i>	82
3.	Uji Reliabilitas	88
4.	<i>Confirmatory Factor Analysis</i>	89
3.	Pengujian Hipotesis.....	101
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	107
A.	Kesimpulan	107
B.	Implikasi.....	108
C.	Saran.....	114
1.	Saran Praktis	114
2.	Saran Teoritis	117
	DAFTAR PUSTAKA	118
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	126

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Merek <i>Green Cosmetics</i> dan <i>Personal Care</i> di Indonesia	5
Tabel II.1	Hasil Penelitian yang Relevan.....	38
Tabel III.1	<i>Review</i> Penelitian Terdahulu.....	50
Tabel III.2	Operasionalisasi Variabel	53
Tabel III.3	Skala <i>Likert</i>	56
Tabel III.4	<i>Goodness of Fit Indices</i>	65
Tabel IV.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah atau Belum Pernah Menggunakan <i>Green Cosmetics/Personal Care</i>	67
Tabel IV.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Domisili	68
Tabel IV.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	69
Tabel IV.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Pengeluaran dalam Sebulan.....	69
Tabel IV.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Pengeluaran dalam Sebulan Responden untuk Membeli Kosmetik/ <i>Personal Care</i>	71
Tabel IV.6	Analisis Deskriptif Variabel <i>Environmental Concern</i>	72
Tabel IV.7	Analisis Deskriptif Variabel <i>Health Consciousness</i>	74
Tabel IV.8	Analisis Deskriptif Variabel <i>Consumer Innovativeness</i>	76
Tabel IV.9	Analisis Deskriptif Variabel <i>Consumer Purchase Intention</i>	78
Tabel IV.10	Analisis Deskriptif Variabel <i>Willingness to Pay Premium</i>	80
Tabel IV.11	KMO and <i>Barlett's Test</i> Variabel <i>Environmental Concern</i>	83
Tabel IV.12	<i>Exploratory Factor Analysis</i> Variabel <i>Environmental Concern</i>	83
Tabel IV.13	KMO and <i>Barlett's Test</i> Variabel <i>Health Consciousness</i>	84
Tabel IV.14	<i>Exploratory Factor Analysis</i> Variabel <i>Health Consciousness</i>	84
Tabel IV.15	KMO and <i>Barlett's Test</i> Variabel <i>Consumer Innovativeness</i>	85
Tabel IV.16	<i>Exploratory Factor Analysis</i> Variabel <i>Consumer Innovativeness</i> ...	85
Tabel IV.17	KMO and <i>Barlett's Test</i> Variabel <i>Consumer Purchase Intention</i> ...	86
Tabel IV.18	<i>Exploratory Factor Analysis</i> Variabel <i>Consumer Purchase Intention</i>	86

Tabel IV.19	KMO and <i>Barlett's Test</i> Variabel <i>Willingness to Pay Premium</i>	87
Tabel IV.20	<i>Exploratory Factor Analysis</i> Variabel <i>Willingness to Pay Premium</i>	88
Tabel IV.21	Hasil Uji Reliabilitas.....	89
Tabel IV.22	<i>First Order Construct</i> Variabel <i>Health Consciousness</i>	90
Tabel IV.23	<i>First Order Construct</i> Variabel <i>Consumer Innovativeness</i>	91
Tabel IV.24	<i>First Order Construct</i> Variabel <i>Consumer Purchase Intention</i>	92
Tabel IV.25	<i>First Order Construct</i> Variabel <i>Willingness to Pay Premium</i>	93
Tabel IV.26	<i>Second Order Construct</i> Variabel <i>Environmental Concern</i>	95
Tabel IV.27	<i>Full Model</i>	96
Tabel IV.28	<i>Fit Model</i>	97
Tabel IV.29	Perbandingan Hasil <i>Full Model</i> dan <i>Fit Model</i>	98
Tabel IV.30	Pernyataan Indikator dalam <i>Fit Model</i>	100
Tabel IV.31	Estimasi Parameter <i>Regression Weights Model</i>	101
Tabel IV.32	Hasil <i>Fitted Model</i>	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar I-1 Komposisi Pengelolaan Limbah Padat di Indonesia	2
Gambar II-1 Kerangka Pemikiran	43
Gambar III-1 Permodelan SEM	65
Gambar IV-1 Model <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Health Consciousness</i>	90
Gambar IV-2 Model <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Consumer Innovativeness</i>	91
Gambar IV-3 Model <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Consumer Purchase Intention</i>	92
Gambar IV-4 Model <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Willingness to Pay Premium</i>	93
Gambar IV-5 Model <i>Second Order Construct</i> Variabel <i>Environmental Concern</i>	94
Gambar IV-6 <i>Full Model</i>	96
Gambar IV-7 <i>Fit Model</i>	97