

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah	15
C. Tujuan Penelitian	16
D. Manfaat Penelitian.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
A. Landasan Teori	19
B. Penelitian Terdahulu	35
C. Pengaruh Antar Variabel	39
D. Kerangka Konseptual	43
E. Hipotesis	43
BAB III METODE PENELITIAN	45
A. Rancangan Penelitian	45
B. Objek Dan Waktu Penelitian	46
C. Populasi.....	46
D. Sampel Dan Teknik Sampling.....	47
E. Jenis Data Penelitian	49
F. Prosedur Pengambilan Data	49
H. Definisi Operasional Variabel	52
I. Uji Instrumen	55
J. Teknik Analisis Data	61
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	66
A. Hasil Penelitian.....	66
B. Pembahasan	90
C. Keterbatasan Penelitian	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	103
A. Kesimpulan.....	103
B. Implikasi Manajerial.....	104
C. Saran	106
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN.....	115

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Produk Ramah Lingkungan Eiger.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3.1 Skala Likert	51
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	53
Tabel 3.3 <i>Convergent Validity</i> 30 Responden.....	55
Tabel 3.4 <i>Discriminant Validity</i> 30 Responden	57
Tabel 3.5 <i>Average Variance Extracted</i> 30 Responden	58
Tabel 3.6 <i>Composite Reliability</i> 30 Responden	59
Tabel 3.7 <i>Cronbach's Alpha</i> 30 Responden.....	60
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4. 2 Karakteristik Respdnen Berdasarkan Usia.....	68
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	68
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Aktivitas Saat Ini	69
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	69
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel <i>Green Product</i>	70
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel <i>Green Price</i>	71
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel <i>Green Perceived Value</i>	72
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel <i>Environmental Knowledge</i>	74
Tabel 4.10 Deskripsi Variabel <i>Green Purchase Intention</i>	75
Tabel 4.11 <i>Convergent Validity</i> 102 Responden.....	78
Tabel 4.12 <i>Discriminant Validity</i> 102 Responden	79
Tabel 4.13 <i>Average Variance Extracted</i> 102 Responden	80
Tabel 4.14 <i>Composite Reliability</i> 102 Responden	81
Tabel 4. 15 <i>Cronbach's Alpha</i> 102 Responden	81
Tabel 4.16 <i>R Square</i> (R^2)	82
Tabel 4.17 <i>Q Square</i> (Q^2).....	83
Tabel 4.18 Model Fit.....	84
Tabel 4.19 Hasil Pengaruh Langsung (<i>Direct Effects</i>).....	85
Tabel 4.20 Hasil Pengaruh Moderasi (<i>Moderating Effects</i>).....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tren Konsumsi Produk Ramah Lingkungan di Indonesia	2
Gambar 1.2 Kepedulian Konsumen Muda Pada Lingkungan.....	3
Gambar 1.3 Jenis Produk Ramah Lingkungan Yang Dibeli Konsumen.....	5
Gambar 1.4 Tren Pencarian <i>Outdoor Apparel</i> Lokal.....	6
Gambar 1.5 Jumlah dan Persentase Produk Ramah Lingkungan Eiger.....	9
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	43
Gambar 4.1 Hasil Pengujian <i>Outer Model</i>	76
Gambar 4.2 Hasil Pengujian <i>Inner Model</i>	77
Gambar 4.3 Kerangka Konseptual Untuk Pembahasan	90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	116
Lampiran 2 Rekapitulasi Data 30 Responden.....	125
Lampiran 3 Uji Instrumen 30 Responden.....	131
Lampiran 4 Rekapitulasi Data 102 Responden.....	136
Lampiran 5 Hasil Analisis Data 102 Responden	154