

DAFTAR ISI

	Halaman
SKRIPSI.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	19
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	20
1.3.1 Tujuan Penelitian	20
1.3.2 Kegunaan Penelitian	21
1.4 Sistematika Penulisan.....	22
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	24
2.1 Landasan Teori	24
2.1.1 <i>Green Product</i>	24
2.1.2 <i>Green Consumer</i>	27
2.1.3 Skeptisisme	29
2.1.4 Green Product Knowledge.....	32
2.1.5 Kesadaran Lingkungan	35
2.1.6 <i>Attitude</i>	38
2.1.7 Kepuasan.....	43
2.1.6 Jenis Kelamin.....	47

2.2 Penelitian Terdahulu.....	49
2.3 Hubungan Antar Variabel	56
2.3.1 Pengaruh Skeptisisme terhadap <i>Green Product</i> Terhadap <i>Attitude</i>	56
2.3.2 Pengaruh Pengetahuan Mengenai <i>Green Product</i> Terhadap <i>Attitude</i> ..	57
2.3.3 Pengaruh Kesadaran Lingkungan terhadap <i>Attitude</i>	58
2.3.4 Pengaruh <i>Attitude</i> terhadap Kepuasan	59
2.3.5 Jenis Kelamin Memoderasi Pengaruh antara Skeptisisme terhadap <i>Green Product</i> , Pengetahuan mengenai <i>Green Product</i> , dan Kesadaran Lingkungan terhadap <i>Attitude</i>	60
2.4 Kerangka Pemikiran Teoretis	61
2.5 Hipotesis	62
BAB III METODE PENELITIAN	64
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	64
3.1.1 Variabel Penelitian.....	64
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	65
3.2 Populasi dan sampel	67
3.2.1 Populasi.....	67
3.2.2 Sampel	67
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	68
3.3 Jenis Sumber Data	69
3.4 Teknik Pengumpulan Data	69
3.4.1 Kuesioner	69
3.5 Teknik Analisis Data	70
3.5.1 Metode Analisis Data	70
3.5.2 Statistik Deskriptif	71
3.5.3 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	71
3.5.4 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	74
3.5.5 Pengujian Hipotesis	76
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	78
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	78
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	78
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	81
4.1.2.1 Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	82

4.1.2.2	Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia.....	83
4.1.2.3	Pengelompokan Responden Berdasarkan Pekerjaan	83
4.1.2.4	Pengelompokan Responden Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran Pribadi untuk Berbelanja Produk Body Care dalam Satu Bulan	84
4.2	Deskripsi Variabel Penelitian	85
4.2.1	Deskripsi Variabel Penelitian	86
4.2.3	Analisis Deskripsi Variabel Skeptisme terhadap Green Product.....	86
4.2.3	Analisis Deskripsi Variabel Pengetahuan Mengenai Green Product....	87
4.2.4	Analisis Deskripsi Variabel Kesadaran Lingkungan	88
4.2.5	Analisis Deskripsi Variabel <i>Attitude</i>	89
4.2.6	Analisis Deskripsi Variabel Kepuasan	89
4.2.7	Analisis Deskripsi Jenis Kelamin	90
4.3	Analisis Data	91
4.3.1	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	91
4.3.1.1	<i>Convergen Validity</i> (Validitas Konvergen)	91
4.3.1.2	<i>Discriminant Validity</i> (Validitas Deskriminan)	96
4.3.1.3	<i>Composite Reability</i>	98
4.3.2	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	99
4.3.3	Hasil Uji Hipotesis.....	103
4.4	Pembahasan	114
4.4.1	Skeptisisme Terhadap <i>Green Product</i> Berpengaruh Negatif Signifikan Terhadap <i>Attitude</i>	114
4.4.2	Pengetahuan Mengenai <i>Green Product</i> Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap <i>Attitude</i>	114
4.4.3	Kesadaran Lingkungan Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap <i>Attitude</i>	115
4.4.4	<i>Attitude</i> Berpengaruh Positif Terhadap Kepuasan.....	115
4.4.5	Jenis Kelamin Tidak Memoderasi Pengaruh Antara Skeptisisme Terhadap <i>Green Product</i> Terhadap <i>Attitude</i>	116
4.4.6	Jenis Kelamin Memoderasi Pengaruh Antara Pengetahuan Mengenai Green Product Terhadap <i>Attitude</i>	117
4.4.7	Jenis Kelamin Memoderasi Pengaruh Antara Kesadaran Lingkungan Terhadap <i>Attitude</i>	118
BAB V	PENUTUP.....	119

5.1 Kesimpulan.....	119
5.2 Implikasi Teoritis	121
5.3 Implikasi Manajerial.....	123
5.4 Keterbatasan Penelitian	126
5.5 Saran Untuk Penelitian Mendatang	126
DAFTAR PUSTAKA	128
LAMPIRAN	138
Kuesioner Pertanyaan Penelitian.....	139
A. Green Product Scepticism.....	139
C. Environmental Consciousness	140
E. Customer Satisfaction	141