

DAFTAR ISI

	Halaman
PERSETUJUAN SKRIPSI	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Perilaku Konsumen	15
2.1.1.1 Perilaku Pembelian Konsumen Hijau.....	16
2.1.2 <i>Theory of planned behaviour</i> (TPB)	17
2.1.3 Pemasaran Hijau.....	18
2.1.4 Produk Hijau	19
2.1.5 Minat Pembelian Ulang Produk Hijau	21
2.1.6 Sikap Terhadap Produk Hijau.....	22
2.1.7 Kepedulian Lingkungan	23
2.1.8 Persepsi Efektivitas Konsumen.....	24
2.1.9 Persepsi Pengetahuan Lingkungan.....	26
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	28

2.2.1	Hubungan antara Sikap Terhadap Produk Hijau dengan Minat Pembelian Ulang Produk Hijau.....	28
2.2.2	Hubungan Antara Kepedulian Lingkungan dan Minat Pembelian Ulang Produk Hijau.....	29
2.2.3	Hubungan Antara Persepsi Efektivitas Konsumen dan Minat Pembelian Ulang Produk Hijau.....	30
2.2.4	Hubungan antara Persepsi Pengetahuan Lingkungan dan Minat Pembelian Ulang Produk Hijau.....	31
2.2.5	Sikap Terhadap Produk Hijau Sebagai Variabel Mediasi Antara Kepedulian Lingkungan, Persepsi Efektivitas Konsumen ,Persepsi Pengetahuan Lingkungan Terhadap Minat Pembelian Ulang Produk Hijau.....	32
2.3	Penelitian Terdahulu.....	34
2.4	Kerangka pemikiran teoritis.....	40
2.5	Hipotesis Penelitian.....	41
BAB III METODE PENELITIAN		42
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	42
3.1.1	Variabel Penelitian	42
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	43
3.2	Populasi dan Sample	45
3.2.1	Populasi.....	45
3.2.2	Sample	46
3.3	Jenis dan Sumber Data	48
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	49
3.4.1	Kuesioner	49
3.4.2	Studi Pustaka	50
3.5	Prosedur Pengumpulan data.....	50
3.6	Metode Analisis Data	51
3.5.1	Uji Instrumen Data	51
3.5.1.1	Uji Validitas	51
3.5.1.2	Uji Reliabilitas.....	52
3.5.1.3	Uji Asumsi Klasik	52
3.5.1.4	Uji Normalitas	53
3.5.1.5	Uji Heteroskedastisitas	53

3.5.1.6	Uji Multikolinieritas	54
3.5.2	Analisis Regresi Linier Berganda	54
3.5.3	Pengujian Hipotesis (Uji <i>Goodness of Fit</i>).....	55
3.5.3.1	Koefisien Determinasi (R^2).....	56
3.5.3.2	Uji Kelayakan Model (Uji F).....	56
3.5.3.3	Uji Pengaruh Kausalitas (Uji t).....	57
3.5.3.4	Uji Sobel (<i>Sobel Test</i>).....	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		59
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	59
4.2	Gambaran Umum Responden	60
4.2.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
4.2.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	62
4.2.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Departemen/Jurusan	63
4.2.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	64
4.3	Analisis Deskripsi Variabel	64
4.3.1	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepedulian Lingkungan	65
4.3.2	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Efektivitas Konsumen	66
4.3.3	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Pengetahuan Lingkungan	67
4.3.4	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Sikap Terhadap Produk Hijau	68
4.3.5	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Pembelian Ulang Produk Hijau.	69
4.4	Analisis Data.....	70
4.4.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	70
4.4.1.1	Uji Validitas	70
4.4.1.2	Uji Reliabilitas.....	71
4.4.2	Uji Asumsi Klasik	72
4.4.2.1	Uji Normalitas	72
4.4.2.2	Uji Multikolinieritas	76
4.4.2.3	Uji Heterokedastisitas	79

4.4.3	Uji Regresi Linier Berganda	81
4.4.4	Uji Kelayakan Model (Uji Hipotesis).....	88
4.4.4.1	Uji Statistik T	88
4.4.4.2	Uji signifikansi Simultan (Uji F).....	91
4.4.4.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	98
4.4.5	Uji Variabel Intervening (Uji Sobel).....	104
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian	109
4.5.1	Pengaruh Sikap Terhadap Produk Hijau terhadap Minat Pembelian Ulang Produk Hijau	109
4.5.2	Hubungan Antara Kepedulian Lingkungan terhadap Minat Pembelian Ulang Produk Hijau	110
4.5.3	Hubungan Antara Persepsi Efektivitas Konsumen terhadap Minat Pembelian Ulang Produk Hijau.....	110
4.5.4	Hubungan Antara Persepsi Pengetahuan Lingkungan terhadap Minat Pembelian Ulang Produk Hijau.....	111
4.5.5	Pengaruh Kepedulian Lingkungan terhadap Minat Pembelian Ulang Prroduk Hijau dengan varibel Intervening Sikap Terhadap Produk Hijau	112
4.5.6	Pengaruh Persepsi Efektivitas Konsumen terhadap Minat Pembelian Ulang Prroduk Hijau dengan varibel Intervening Sikap Terhadap Produk Hijau	113
4.5.7	Pengaruh Persepsi Pengetahuan Lingkungan terhadap Minat Pembelian Ulang Prroduk Hijau dengan varibel Intervening Sikap Terhadap Produk Hijau.....	114
BAB V.....		115
5.1	Kesimpulan	115
5.2	Implikasi Teoritis	121
5.3	Implikasi Manajerial.....	124
5.4	Keterbatasan Penelitian dan Saran Penelitian Mendatang	125
DAFTAR PUSTAKA		126
LAMPIRAN - LAMPIRAN.....		130