

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....	iii
INTISARI.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	14
1.1 Latar Belakang .....	14
1.2 Rumusan Masalah .....	20
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	23
1.4 Tujuan Penelitian.....	24
1.5 Kontribusi Penelitian.....	24
1.6 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	26
1.7 Sistematika Penulisan.....	26
BAB II LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA .....	28
2.1 Tinjauan Pustaka .....	28
2.1.1 Pendidikan Etika Bisnis .....	28
2.1.2 <i>Environmental Consciousness</i> .....	31
2.1.3 <i>Green Product</i> .....	32
2.1.4 <i>Fast Moving Consumer Goods</i> .....	34
2.1.5 Keputusan Pembelian <i>Green Product</i> .....	36
2.2 Penelitian Terdahulu.....	40
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	48
2.3.1 Rumusan Hipotesis I .....	48
2.3.2 Rumusan Hipotesis II.....	49
2.3.3 Rumusan Hipotesis III .....	50
2.4 Kerangka Penelitian .....	50

BAB III METODE PENELITIAN.....	52
3.1    Desain Penelitian .....	52
3.2    Definisi Operasional Variabel .....	52
3.2.1    Variabel Dependen.....	53
3.2.2    Variabel Independen .....	53
3.3    Populasi dan Sampel .....	67
3.4    Instrumen Penelitian.....	68
3.5    Teknik Pengumpulan Data .....	69
3.6    Uji Coba Instrumen .....	70
3.6.1    Uji Validitas .....	70
3.6.2    Uji Reliabilitas .....	70
3.7    Teknik Analisis Data .....	70
3.7.1    Analisis Statistik Deskriptif .....	71
3.7.2    Analisis Regresi Berganda .....	71
3.7.3    Uji Asumsi Klasik.....	72
3.7.4    Uji Hipotesis .....	75
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	78
4.1    Hasil Uji Coba Instrumen.....	78
4.1.1    Uji Validitas .....	79
4.1.2    Uji Reliabilitas .....	80
4.2    Deskripsi Data .....	81
4.3    Hasil Uji Analisis Deskriptif .....	87
4.4    Hasil Uji Asumsi Klasik.....	96
4.4.1    Hasil Uji Normalitas .....	96
4.4.2    Hasil Uji Multikolinearitas.....	97
4.4.3    Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	98
4.5    Analisis Regresi Berganda .....	100
4.6    Hasil Uji Hipotesis .....	101
4.6.1    Hasil Uji T.....	101
4.6.2    Hasil Uji F.....	104
4.6.3    Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	105
4.7    Pembahasan .....	106
4.7.1    Pengaruh Pendidikan Etika Bisnis Terhadap Keputusan Pembelian <i>Green Product</i> Pada Produk <i>Fast Moving Consumer Goods</i> (FMCG) .....	106

4.7.2	Pengaruh <i>Environmental Consciousness</i> Terhadap Keputusan Pembelian <i>Green Product</i> Pada Produk <i>Fast Moving Consumer Goods</i> (FMCG) .....	107
4.7.3	Pengaruh <i>Gender</i> Terhadap Keputusan Pembelian <i>Green Product</i> Pada Produk <i>Fast Moving Consumer Goods</i> (FMCG) .....	108
4.8	Kesimpulan Temuan Penelitian .....	109
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....		112
5.1	Kesimpulan .....	112
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	113
5.3	Saran .....	114
5.3.1	Bagi Entitas .....	114
5.3.2	Bagi Institut Pendidikan .....	115
5.3.3	Bagi Penelitian Selanjutnya .....	115
DAFTAR PUSTAKA .....		117
LAMPIRAN .....		126