

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
INTISARI.....	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Motivasi Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	11
1.7 Kontribusi Penelitian	11
1.8 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	12
1.9 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen	15
2.1.2 Pendidikan Etika Bisnis.....	18
2.1.3 Mindful Consumption.....	20
2.1.3.1 Consumer First View	22
2.1.3.2 Firm Observers View	23
2.1.3.3 Informed Consumer View.....	24
2.1.4 Kosmetik Hijau	25
2.2 Penelitian Sebelumnya	27
2.3 Hipotesis	32

2.3.1 Pengaruh Pendidikan Etika Bisnis terhadap Intensi Pembelian Produk Kosmetik Hijau oleh Mahasiswa Akuntansi FEB UGM	32
2.3.2 Pengaruh <i>Consumer First View</i> terhadap Intensi Pembelian Produk Kosmetik Hijau oleh Mahasiswa Akuntansi FEB UGM	33
2.3.3 Pengaruh <i>Firm Observers View</i> terhadap Intensi Pembelian Produk Kosmetik Hijau oleh Mahasiswa Akuntansi FEB UGM	34
2.3.4 Pengaruh <i>Informed Consumer View</i> terhadap Intensi Pembelian Produk Kosmetik Hijau oleh Mahasiswa Akuntansi FEB UGM	35
2.4 Kerangka Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Desain Penelitian	37
3.2 Definisi Operasional Variabel	37
3.2.1 Variabel Independen	38
3.2.2 Variabel Dependen	38
3.3 Populasi dan Sampel	44
3.4 Pilot Test.....	45
3.5 Teknik Pengumpulan Data	45
3.6 Teknik Analisis Data	46
3.6.1 Uji Kualitas Instrumen.....	46
3.6.1.1 Uji Validitas	46
3.6.1.2 Uji Reliabilitas	47
3.6.2 Analisis Statistik Deskriptif	47
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	48
3.6.3.1 Uji Normalitas	48
3.6.3.2 Uji Heteroskedastisitas	48
3.6.3.3 Uji Multikolinearitas	48
3.6.4 Uji Regresi Linear Berganda	49
3.6.5 Uji Hipotesis	50
3.6.5.1 Uji F	50
3.6.5.2 Uji T	50
3.6.6 Uji Koefisien Determinasi	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Hasil Uji Kualitas Instrumen	52
4.1.1 Uji Validitas	52
4.1.2 Uji Reliabilitas	55
4.2 Deskripsi Data	56
4.3 Analisis Statistik Deskriptif.....	58
4.4 Uji Asumsi Klasik	59
4.4.1 Uji Normalitas.....	59

4.4.2 Uji Heteroskedastisitas	60
4.4.3 Uji Multikolinearitas	61
4.5 Uji Hipotesis	62
4.5.1 Uji F	62
4.5.2 Uji T	63
4.5.3 Uji Koefisien Determinasi	65
4.6 Pembahasan	66
4.6.1 Pendidikan Etika Bisnis dan Intensi Pembelian Produk Kosmetik Hijau oleh Mahasiswa Akuntansi FEB UGM	66
4.6.2 Aspek <i>Consumer First View</i> dan Intensi Pembelian Produk Kosmetik Hijau oleh Mahasiswa Akuntansi FEB UGM	68
4.6.3 Aspek <i>Firm Observers View</i> dan Intensi Pembelian Produk Kosmetik Hijau oleh Mahasiswa Akuntansi FEB UGM	70
4.6.4 Aspek <i>Informed Consumer View</i> dan Intensi Pembelian Produk Kosmetik Hijau oleh Mahasiswa Akuntansi FEB UGM	71
 BAB V SIMPULAN	 73
5.1 Simpulan	73
5.2 Keterbatasan	74
5.3 Implikasi	74
5.3.1 Implikasi Praktis	74
5.3.2 Implikasi Teoretis	76
5.4 Saran untuk Penelitian Selanjutnya	76
 DAFTAR PUSTAKA	 78
 LAMPIRAN	 83