

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
INTISARI.....	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Pertanyaan Penelitian	13
1.4. Tujuan Penelitian.....	13
1.5. Manfaat Penelitian.....	14
1.6. Lingkup Penelitian	15
1.7. Sistematika Penulisan.....	16
BAB II.....	18
LANDASAN TEORI & PERUMUSAN HIPOTESIS	18
2.1. Pemasaran Hijau.....	18
2.2. <i>The Theory of Planned Behaviour (TPB)</i>	23
2.2.1. Sikap	25
2.2.2. Norma Subjektif.....	26
2.2.3. Kontrol Keperilakuan yang Dipersepsikan (<i>Perceived Behavioral Control</i>)	28
2.3. Perilaku Pembelian Ramah Lingkungan	29
2.4. Produk Ramah Lingkungan (<i>Green Product</i>)	30
2.5. Konsumen Muda (Generasi Milenial dan Zilenial).....	31
2.6. Niat Beli	33
2.7. Kewajaran Harga	34

2.8.	Ketersediaan	37
2.9.	Penelitian Terdahulu.....	38
2.10.	Perumusan Hipotesis	43
2.10.1.	Pengaruh antara sikap pada niat beli produk rumah tangga ramah lingkungan oleh konsumen Milenial dan Zilenial Indonesia.....	43
2.10.2.	Pengaruh antara norma subjektif pada niat beli produk rumah tangga ramah lingkungan oleh konsumen Milenial dan Zilenial Indonesia.....	45
2.10.3.	Pengaruh antara kontrol berperilaku yang dipersepsikan pada niat beli produk rumah tangga ramah lingkungan oleh konsumen Milenial dan Zilenial Indonesia	46
2.10.4.	Pengaruh antara kewajaran harga terhadap niat beli produk rumah tangga ramah lingkungan oleh konsumen Milenial dan Zilenial Indonesia. .	47
2.10.5.	Pengaruh antara ketersediaan pada niat beli produk rumah tangga ramah lingkungan oleh konsumen Milenial dan Zilenial Indonesia.....	48
2.11	. Model Penelitian.....	49
BAB III	51
METODA PENELITIAN	51
3.1.	Desain Penelitian	51
3.2.	Definisi Operasional dan Variabel Penelitian	52
3.3.	Sumber Data	55
3.4.	Populasi dan Sampel	57
3.4.1.	Populasi.....	57
3.4.2.	Sampel	57
3.4.3.	Ukuran Sampel.....	58
3.5.	Metode Pengumpulan Data	59
3.6.	Skala Pengukuran	59
3.7.	Teknik Analisis Data	60
3.7.1.	Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	61
3.7.2.	Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	63
3.8.	Uji Hipotesis.....	66
BAB IV	68
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	68
4.1.	Pengumpulan Data	68
4.2.	Analisis <i>Outer Model</i>	69

4.2.1.	Uji Validitas Konvergen	69
4.2.2.	Uji Validitas Diskriminan	72
4.2.3.	Uji Reliabilitas	74
4.3.	Analisis Profil Responden	75
4.3.1.	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	76
4.3.2.	Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	77
4.3.3.	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	78
4.3.4.	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	79
4.3.5.	Profil Responden Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran	80
4.4.	Analisis Deskriptif.....	81
4.5.	Analisis Inner Model	86
4.5.1.	<i>Variance Inflation Factor</i> (VIF).....	86
4.5.2.	<i>R Square</i> dan R^2	87
4.5.3.	<i>Q Square</i>	88
4.5.4.	SRMR (<i>Standardized Root Mean Square Residual</i>).....	89
4.5.5.	<i>PLS Predict</i>	90
4.6.	Pengujian Hipotesis	91
4.6.1.	Pengaruh Sikap Konsumen pada Niat Beli Produk Ramah Lingkungan	92
4.6.2.	Pengaruh Norma Subjektif pada Niat Beli Produk Ramah Lingkungan	93
4.6.3.	Pengaruh Kontrol Keperilakuan yang Dipersepsikan pada Niat Beli Produk Ramah Lingkungan	94
4.6.4.	Pengaruh Kewajaran Harga pada Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan Produk Ramah Lingkungan	94
4.6.5.	Pengaruh Ketersediaan pada Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan Produk Ramah Lingkungan	95
4.7.	Diskusi dan Pembahasan Hipotesis	96
4.7.1.	Pembahasan Pengaruh Sikap pada Niat Beli Produk Ramah Lingkungan	97
4.7.2.	Pembahasan Pengaruh Norma Subjektif pada Niat Beli Produk Ramah Lingkungan.....	99
4.7.3.	Pembahasan Pengaruh Kontrol Keperilakuan yang Dipersepsikan pada Niat Beli Produk Ramah Lingkungan	101

4.7.4. Pembahasan Pengaruh Kewajaran Harga pada Niat Beli Produk Ramah Lingkungan.....	102
4.7.5. Pembahasan Pengaruh Ketersediaan pada pada Niat Beli Produk Ramah Lingkungan.....	104
BAB V.....	107
SIMPULAN DAN REKOMENDASI	107
5.1 Simpulan.....	107
5.2 Implikasi Manajerial.....	108
5.3 Keterbatasan Penelitian	112
DAFTAR PUSTAKA	115
LAMPIRAN 1	123
Kuisisioner penelitian daring.....	123
LAMPIRAN 2	135
Hasil Olah Data	135