

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	ix
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	15
1.1. Latar Belakang	15
1.2. Perumusan Masalah	25
1.3. Pertanyaan Penelitian	25
1.4. Tujuan Penelitian	26
1.5. Manfaat Penelitian.....	28
1.5.1 Manfaat Untuk Manajerial.....	28
1.5.2 Manfaat Akademi	28
1.5.3. Manfaat Untuk Pemerintah	28
1.6. Lingkup Penelitian	29
1.7. Sistematika Penulisan	29
BAB II TINJAUAN LITERATUR DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	31
2.1. Perilaku Konsumen	31
2.2. Faktor-faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen	35
2.3. Teori Perilaku Terencana (TPB).....	40
2.4. Persepsi Efektivitas Konsumen (PCE)	43
2.5. Perilaku Konsumsi Ramah Lingkungan (<i>Green Consumption Behavior</i>).....	43
2.6. Konsumen Ramah Lingkungan (<i>Green Consumer</i>).....	44
2.7. Penelitian Terdahulu.....	46
2.8. Perumusan Hipotesis	46
BAB III METODE PENELITIAN	50
3.1. Desain Penelitian	50
3.2. Metoda Pengumpulan Data	50

3.2.1	Populasi.....	50
3.2.2	Sampel	50
3.2.3	Sumber Data.....	51
3.2.4	Pengumpulan Data	52
3.3.	Instrumen Penelitian.....	52
3.4.	Operasionalisasi Variabel.....	53
3.5.	Metode Analisis Data	58
3.5.1	Analisis Deskriptif	58
3.5.2	Analisis Partial Least Square (PLS).....	59
3.5.3	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	60
3.5.4	Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	60
3.5.5	Pengujian Hipotesis.....	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		63
4.1.	Karakteristik Responden	63
4.2.	Analisis SEM PLS	66
4.3.	Pengujian <i>Outer Model</i>	67
4.4.	Pengujian <i>Inner Model</i>	76
4.5.	Analisis Deskriptif	91
4.5.1	Variabel Sikap Terhadap Produk Ramah Lingkungan	91
4.5.2	Variabel Norma Subjektif	92
4.5.3	Variabel Kontrol Perilaku yang Dirasakan	93
4.5.4	Variabel Persepsi Efektivitas	94
4.5.5	Variabel Pengetahuan Produk	95
4.5.6	Variabel Pemasaran Media Sosial	96
4.5.7	Variabel Kontrol Perilaku yang Dirasakan.....	97
4.5.8	Variabel Harga.....	98
4.6.	Pengujian Hipotesis.....	99
4.7.	Diskusi dan Pembahasan.....	104
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		112
5.1.	Simpulan.....	112
5.2.	Implikasi.....	115
5.2.1	Implikasi Teoritis.....	115
5.2.2	Implikasi Manajerial.....	116

5.3.	Keterbatasan Penelitian.....	118
5.4.	Saran Penelitian Mendatang	118
DAFTAR PUSTAKA.....		120

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert	53
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel	54
Tabel 3.3 Kategori Deskriptif Variabel.....	59
Tabel 4.1 Penyaringan Data	63
Tabel 4.2 Karakteristik Responden	64
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	70
Tabel 4.4 Validitas Diskriminan Menurut Uji Fornell Larcker	71
Tabel 4.5 Validitas Diskriminan Menurut Nilai Cross Loading	72
Tabel 4.6 HTMT Antar Konstruk Latent	74
Tabel 4.7 Hasil Reliabilitas Komposit	75
Tabel 4.8 Nilai R Square	77
Tabel 4.9 Q Square Model	77
Tabel 4.10 Hasil Goodness of Fit Model (SRMR)	78
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung	79
Tabel 4.12 Koefisien Determinasi.....	90
Tabel 4.13 Statistik Deskriptif Sikap	91
Tabel 4.14 Statistik Deskriptif Norma Subjektif.....	92
Tabel 4.15 Statistik Deskriptif Kontrol Perilaku yang Dirasakan.....	93
Tabel 4.16 Statistik Deskriptif Persepsi Efektivitas Konsumen	94
Tabel 4.17 Statistik Deskriptif Pengetahuan Produk	95
Tabel 4.18 Statistik Deskriptif Pemasaran Media Sosial	96

Tabel 4.19 Statistik Deskriptif Kontrol Perilaku yang Dirasakan.....	97
Tabel 4.20 Statistik Deskriptif Harga.....	98
Tabel 4.21 Hasil Pengujian Hipotesis	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 data Penjualan Motor Listrik Tahun 2022	20
Gambar 1.2 Penjualan Wholesale Mobil Listrik Tahun 2022.....	21
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	36
Gambar 2.2 Model Penelitian Sumber: Yin dan Wang (2019).....	49
Gambar 4.1 Model Penelitian (Hidden Indicator).....	66
Gambar 4.2 Spesifikasi Model SMART PLS	67
Gambar 4.3 Hasil Estimasi Model SMART PLS Algorithm.....	68
Gambar 4.4 Hasil Estimasi Model SMART PLS Setelah Dropping KP2	69
Gambar 4.5 Hasil Estimasi Model Bootstrapping	79

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN	127
LAMPIRAN 2 HASIL OLAH DATA SMART PLS	132
LAMPIRAN 3 UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS SAMPEL	135