

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	v
NASKAH SOAL.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN	xvi
INTISARI.....	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1. 1 Latar Belakang	1
1. 2 Rumusan Masalah Penelitian	7
1. 3 Asumsi dan Batasan Penelitian	8
1. 4 Tujuan Penelitian	9
1. 5 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2. 1 <i>Asymmetric Preference</i>	10
2. 2 <i>Green Products</i>	14
BAB III LANDASAN TEORI.....	19
3. 1 <i>Asymmetric preference</i>	19
3. 2 <i>Green Product</i>	20
3. 3 <i>Environmental Concern</i>	21
3. 4 <i>Green Product Knowledge</i>	23
3. 5 <i>Health Consciousness</i>	24

3. 6 <i>Stated Choice Experiment</i> (SCE)	25
3. 7 <i>Discrete Choice Modeling</i> (DCM).....	26
3. 8 Uji Validitas dan Reliabilitas	28
BAB IV METODE PENELITIAN	30
4. 1 Objek Penelitian	30
4. 2 Instrumen Penelitian.....	30
4. 3 Alur Penelitian	32
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	42
5. 1 Karakteristik Responden	42
5. 2 Rumus Mixed Logit dan Kondisi <i>Improving</i> dan <i>Worsening</i>	58
5. 3 Hasil dan Analisis <i>Mixed Logit</i>	62
BAB VI PENUTUP	66
6. 1 Kesimpulan	66
6. 2 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pendapatan Industri Kecantikan dan Perawatan Diri di Seluruh Dunia dari Tahun 2015 hingga 2028.....	3
Gambar 1. 2 Perbandingan Pendapatan Tahunan Setiap Sektor <i>E-Commerce</i>	3
Gambar 1. 3 Perkiraan Pendapatan Produk Perawatan Diri dan Kecantikan di Indonesia (2014-2027)	4
Gambar 4. 1 Alur Penelitian.....	32
Gambar 5. 1 Frekuensi Jenis Kemasan <i>Face Wash</i> yang Digunakan Saat Ini...	43
Gambar 5. 2 Frekuensi Jenis Bahan <i>Face Wash</i> yang Digunakan Saat Ini	44
Gambar 5. 3 Frekuensi Jenis Merek <i>Face Wash</i> yang Digunakan Saat Ini	45
Gambar 5. 4 Frekuensi Merek <i>Face Wash</i> yang Digunakan Saat Ini	45
Gambar 5. 5 Frekuensi Harga <i>Face Wash</i> yang Digunakan Saat Ini	46
Gambar 5. 6 Sebaran Harga <i>Face Wash</i> yang Digunakan Saat Ini.....	47
Gambar 5. 7 Perbandingan Kondisi <i>Improving</i> dan <i>Worsening</i> Atribut Jenis Packaging	48
Gambar 5. 8 Perbandingan Kondisi <i>Improving</i> dan <i>Worsening</i> Atribut Jenis Bahan Baku	49
Gambar 5. 9 Perbandingan Kondisi <i>Improving</i> dan <i>Worsening</i> Atribut Merek.	51
Gambar 5. 10 Perbandingan Kondisi <i>Improving</i> dan <i>Worsening</i> Atribut Harga	52
Gambar 5. 11 <i>Box Plot</i> Harga <i>Worsening</i> Bagian A.....	53
Gambar 5. 12 <i>Box Plot</i> Harga <i>Improving</i> Bagian A	53
Gambar 5. 13 <i>Box Plot</i> Harga <i>Worsening</i> Bagian B	54
Gambar 5. 14 <i>Box Plot</i> Harga <i>Improving</i> Bagian B.....	54

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Peta Penelitian <i>Asymmetric Preference</i>	12
Tabel 2. 2 Peta Penelitian <i>Green Product</i>	16
Tabel 4. 1 Butir Pernyataan Angket	33
Tabel 4. 2 Atribut dan Level	34
Tabel 4. 3 <i>Choice Task Pilot Study</i>	35
Tabel 4. 4 <i>Choice Task</i> Kuesioner untuk Sampel yang Lebih Besar	36
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas <i>Environmental Concern</i>	37
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas <i>Green Product Knowledge</i>	38
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas <i>Health Consciousness</i>	38
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas <i>Environmental Concern, Green Product Knowledge, dan Health Consciousness</i>	38
Tabel 4. 9 <i>Effect Marginals</i>	39
Tabel 4. 10 Kriteria Kondisi <i>Improving</i> dan <i>Worsening</i>	39
Tabel 5. 1 Karakteristik Responden	42
Tabel 5. 2 <i>Descriptive Statistics</i> Keseluruhan Variabel <i>Likert Scale</i>	55
Tabel 5. 3 <i>Descriptive Statistics Environmental Concern</i>	56
Tabel 5. 4 <i>Descriptive Statistics Green Product Knowledge</i>	57
Tabel 5. 5 <i>Descriptive Statistics Health Consciousness</i>	57
Tabel 5. 6 Daftar Variabel dalam Persamaan Utilitas dan Atributnya	60
Tabel 5. 7 Atribut dan Level <i>Face Wash Improving</i> dan <i>Worsening</i>	61
Tabel 5. 8 Hasil Model <i>Mixed Logit</i>	63
Tabel 5. 9 Nilai Uang dari Kerugian dan Keuntungan	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	78
Lampiran 2 Data Responden.....	95
Lampiran 3 Hasil JMP	96
Lampiran 4 Hasil Mixed Logit.....	97

DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN

α_j	= Konstanta spesifik alternatif yang diperkenalkan pada alternatif J-1
βx_{nj}	= Produk linier antara semua koefisien β_{nk} dan variabel penjelas x_{nj}
DCM	= <i>Discrete Choice Modelling</i>
ε_{nj}	= Error yang tidak diketahui/Komponen acak
LR	= <i>Literature Review</i>
RUM	= <i>Random Utility Model</i>
SCE	= <i>Stated Choice Experiment</i>
SP	= <i>Stated Preferences</i>
TDMP	= <i>Theory of Consumers' Decision-Making</i>
TPB	= <i>Theory of Planned Behavior</i>
TRA	= <i>Theory of Reasoned Actions</i>
U_{njs}	= Utilitas yang terkait dengan alternatif j dan <i>choice task</i> s untuk individu n
V_{nj}	= Komponen sistematis utilitas
WTP	= <i>Willingness-to-pay</i>