

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	iii
NASKAH SOAL TUGAS AKHIR.....	v
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
LAMPIRAN	xvi
INTISARI.....	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Asumsi dan Batasan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
BAB III LANDASAN TEORI.....	13
3.1 Produk Ramah Lingkungan.....	13
3.2 Faktor Kognitif dan Afektif	15
3.2.1 Green Consumer Value	15
3.2.2 Perceived Consumer Effectiveness	16
3.2.3 Trust	17
3.2.4 Health Consciousness	17
3.2.5 Cost Perception	18

3.2.6	Habit.....	18
3.2.7	Perceived Risk.....	19
3.2.8	Price Quality Scheme.....	19
3.3	<i>Choice Based Conjoint Analysis</i>	20
3.4	Model Hierarchical Bayes.....	21
3.5	<i>Covariate</i>	23
3.6	<i>Posterior Probability</i>	23
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	24
BAB IV METODE PENELITIAN		27
4.1.	Subjek penelitian.....	27
4.2.	Alat Penelitian.....	28
4.3.	Alur Penelitian	30
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....		44
5.1	Karakteristik Responden	44
5.1.1	Usia Responden.....	44
5.1.2	Jenis Kelamin Responden	45
5.1.3	Tingkat pendidikan Responden.....	45
5.1.4	Tingkat Pendapatan Responden	46
5.1.5	Frekuensi pembelian Produk Sunscreen dalam satu tahun	47
5.2	Uji Kelayakan Faktor	47
5.3	Uji validitas dan Reabilitas	48
5.4	Hasil Eksperimen Choice-Based Conjoint.....	51
5.4.1	Goodness of Fit Model.....	51
5.4.2	Utilitas Atribut Produk.....	53
5.4.3	Analisis Faktor Kognitif – Afektif sebagai Covariate	54
5.4.3.1	Green Consumer Value	55
5.4.3.2	Trust	56
5.4.3.3	Health	56

5.4.3.4	Cost Perception	57
5.4.3.5	Habit.....	57
5.4.3.6	Perceived Risk.....	58
5.4.3.7	Price-Quality Scheme.....	59
5.5	Insight Penelitian.....	59
5.6	Clustering Konsumen.....	61
5.7	Karakteristik Responden untuk Setiap Cluster	64
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		70
6.1	Kesimpulan	70
6.2	Saran.....	71
LAMPIRAN.....		73
DAFTAR PUSTAKA		90