

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iii
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
INTISARI	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Batasan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
BAB III LANDASAN TEORI.....	18
3.1 Desain Penelitian.....	18
3.2 New Environmental Paradigm	19
3.2 Skenario Framing	20
3.2.1 Prospect Theory	20
3.2.2 Framing.....	22
3.2.3 Pendekatan Reference point	22
3.3 Keadaan di Indonesia	24
3.4 Segmentasi Pelanggan.....	25
3.5 Definisi Operasional.....	26
3.6 Pengolahan Data.....	28

3.6.1 Mixed Design Anova.....	28
3.6.2 Regresi Linier Berganda.....	30
3.6.3 Uji Mann Withney-U.....	31
3.6.4 Regresi Linier	32
BAB IV METODE PENELITIAN	34
4.1 Konsep Studi	34
4.2. Prosedur.....	35
4.3 Menterjemahkan Skala NEP	36
4.3 Desain Penelitian Survey	38
4.4 Pilot Study	44
4.5 Tema Kuesioner Penelitian	44
4.6 Skenario Penelitian.....	45
4.6.1 Skenario Framing Positif dengan Kendaraan BEV	45
4.6.2 Skenario Framing Positif dengan Kendaraan BEV	46
4.6.3 Skenario Framing Negatif dengan kendaraan HEV	47
4.6.4 Skenario Framing Negatif dengan kendaraan BEV	48
4.7 Tahapan Penelitian	49
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	53
5.1 Validasi dan Kesiapan Data	53
5.1.1 Pilot Test.....	53
5.1.2 Pelaksanaan Survey	59
5.1.3 Profil Responden	60
5.1.4 Klaster Responden.....	65
5.1.3 Uji Kecukupan Data	67
5.2 Pengaruh Efek Framing pesan ajakan pada tanggapan responden.....	68
5.2.1 Uji Validitas Hasil NEP.....	68
5.2.2 Pengujian Mixed-Design	69
5.2.3 Pengujian Ancova untuk Uncontrolled variable.....	72
5.3 Hubungan framing pesan ajakan dan klasifikasi kepedulian lingkungan pada Niat Beli dan Niat Bayar	74
5.3.1 Prospect Theory Analysis.....	74

5.3.2 Analisis Niat Bayar mobil listrik	76
5.3.3 Analisis Efek NEP dan Respons framing Terhadap Niat Beli	78
5.4 Analisis perbedaan preferensi pembelian menurut demografi dan faktor lain yang berpengaruh	83
5.4.1 Analisis Pengaruh Demografis Terhadap Konversi	83
5.4.2 Komposisi responden konversi.....	87
5.4.3 Faktor Lain	90
5.5 Implikasi Praktikal	92
5.6 Keterbatasan Penelitian	94
BAB VI PENUTUP	96
6.1 Kesimpulan.....	96
6.2 Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN.....	103