



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	
HALAMAN PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
INTISARI.....	x
ABSTRACT.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan.....	10
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	11
1.4 Tujuan Riset.....	12
1.5 Lingkup Penelitian.....	13
BAB II LANDASAN TEORI.....	15
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 Produk Daur Ulang.....	16
2.1.2 Kepedulian Lingkungan.....	17
2.1.3 Teori Perilaku Terencana (Theory of Planned Behavior).....	18
2.1.4 Sikap.....	18
2.1.5 Norma Subjektif.....	19
2.1.6 Kontrol Perilaku yang Dirasakan.....	19
2.1.7 Nilai Fungsi.....	20
2.1.8 Nilai Estetika.....	21
2.1.9 Niat Beli.....	22
2.2 Konsep dan Kajian Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	24
2.4 Model Penelitian.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Desain Penelitian.....	30
3.2 Definisi Operasional dan Variabel Penelitian.....	31



3.3 Desain Pengambilan Sampel.....	37
3.4 Skema Penyebaran Kuesioner & Instrumen Penelitian.....	38
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	39
3.6 Metode Analisis Data.....	39
3.6.1 Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	40
3.6.2 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	40
3.6.3 Uji Model Fit.....	41
3.6.4 Pengujian Hipotesis.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Kualitas Data Riset.....	44
4.2 Deskripsi Responden Penelitian.....	44
4.3 Karakteristik Responden.....	45
4.4 Statistik Deskriptif.....	47
4.5 Outer Model.....	51
4.5.1 Uji Reliabilitas.....	51
4.5.2 Uji Statistik dan Hasil.....	52
4.6 Inner Model.....	57
4.6.1 Model Fit.....	58
4.6.2 Variance Inflation Factor.....	58
4.6.3 Pengujian Hipotesis dan Pembahasan (Path Coefficient & Indirect Effects).....	60
4.7 Ringkasan Hipotesis.....	80
BAB V KESIMPULAN.....	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Implikasi Manajerial.....	87
5.3 Keterbatasan Riset.....	88
5.4 Arahan Riset Mendatang.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN.....	96