

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	
HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	14
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Manfaat Penelitian.....	16
1.6 Sistematika penulisan	17
 BAB II LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA	 18
2.1 Landasan Teori	18
2.1.1 Pemasaran hijau dan produk hijau	18
2.1.2 Perilaku pembelian produk organik	20
2.1.3 Teori motivasi-kemampuan-kesempatan	21
2.2 Tinjauan Pustaka	24
2.2.1 Manfaat yang dirasakan	24
2.2.2 Risiko yang dirasakan	25
2.2.3 Nilai altruistik	26
2.2.4 Sikap.....	27
2.2.5 Norma subjektif.....	28
2.2.6 Niat beli.....	28
2.2.7 Pengetahuan hijau	29
2.2.8 Kebiasaan	29
2.2.9 Kesadaran harga	30
2.2.10 Ketersediaan produk.....	31
2.2.11 Perilaku pembelian.....	32
2.3 Hubungan Antar Variabel dan Perumusan Hipotesis.....	33

2.4	Model Penelitian.....	38
BAB III METODE PENELITIAN..... 39		
3.1	Desain Penelitian	39
3.2	Pemilihan Sampel dan Besaran Sampel	40
3.3	Jenis dan Sumber Data	44
3.4	Metode Pengumpulan Data	44
3.5	Instrumen Penelitian	46
3.6	Pengujian Instrumen dan Hasil Pra-uji.....	46
3.6.1	Pengujian validitas	47
3.6.2	Pengujian reliabilitas	48
3.6.3	Hasil pra-uji.....	48
3.7	Definisi Operasioal dan Pengukuran Variabel	52
3.8	Metode Analisis Data	56
3.9	Evaluasi Model Penelitian	57
3.10	Prosedur Pengujian Hipotesis.....	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 63		
4.1	Deskripsi Data	63
4.2	Profil Responden	64
4.3	Pengujian Model Pengukuran	67
4.3.1	Uji validitas konvergen	68
4.3.2	Uji validitas diskriminan	71
4.3.3	Uji reliabilitas	72
4.3.4	Analisis deskriptif	73
4.4	Pengujian Model Struktural.....	75
4.4.1	Koefisien jalur	77
4.4.2	Koefisien determinasi.....	78
4.5	Pengujian Hipotesis	82
4.5.1	Pengujian jalur utama.....	83
4.5.2	Pengujian jalur tambahan	89
4.6	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis	91
4.6.1	Pembahasan komponen variabel pembentuk motivasi	91
4.6.2	Pembahasan komponen variabel pembentuk kemampuan.....	97
4.6.3	Pembahasan komponen variabel pembentuk kesempatan	98
BAB V PENUTUP..... 101		
5.1	Kesimpulan.....	101
5.2	Keterbatasan Penelitian	104
5.3	Implikasi Penelitian	104
5.3.1	Implikasi teoritis	105
5.3.2	Implikasi manajerial.....	105
5.4	Saran untuk Penelitian Selanjutnya	106

DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN	114