UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Pengaruh Skeptisisme dan Pengetahuan Kelingkunganan pada Niat Pembelian Kosmetik Hijau melalui
Kepercayaan Klaim Hijau**
Chatarina Maharsitami Wisnuwati, Dr. Sari Winahjoe Siswomihardjo, M.B.A.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **ii**
LEMBAR PERNYATAAN ..... **iii**
KATA PENGANTAR ..... **iv**
DAFTAR ISI ..... **vii**
DAFTAR TABEL ..... **x**
DAFTAR GAMBAR ..... **xi**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xii**
INTISARI ..... **xiii**
ABSTRACT ..... **xiv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 26
1.3 Pertanyaan Penelitian 27
1.4 Tujuan Penelitian 27
1.5 Kontribusi Penelitian 28
1.5.1 Bagi Perusahaan 28
1.5.2 Bagi Keilmuan 28
1.6 Lingkup Penelitian 28
BAB II LANDASAN TEORI **30**
2.1 Landasan Teori 30
2.1.1 Perilaku Konsumen 30
2.1.2 Niat Membeli 31
2.1.3 Sikap 32
2.1.4 Iklan Hijau (*Green Advertising)* 32
2.1.5 Skeptisisme Iklan Hijau (*Green Advertising Skepticism*) 34
2.1.6 Persepsi 34
2.1.7 Kepercayaan Klaim Hijau 36
2.1.8 Pemasaran Hijau 37

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Pengaruh Skeptisisme dan Pengetahuan Kelingkunganan pada Niat Pembelian Kosmetik Hijau melalui
Kepercayaan Klaim Hijau**
Chatarina Maharsitami Wisnuwati, Dr. Sari Winahjoe Siswomihardjo, M.B.A.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

2.2 Penelitian Terdahulu 38
2.3 Pengembangan Hipotesis 40
2.3.1 Pengaruh skeptisisme iklan hijau pada kepercayaan klaim hijau. 40
2.3.2 Pengaruh pengetahuan kelingkunganan pada kepercayaan klaim hijau. 40
2.3.3 Pengaruh kepercayaan klaim hijau pada niat pembelian kosmetik hijau 41
2.3.4 Pengaruh skeptisisme iklan hijau pada niat pembelian kosmetik hijau 42
2.3.5 Pengaruh pengetahuan kelingkunganan pada niat pembelian kosmetik hijau 42
2.3.6 Kepercayaan klaim hijau memediasi hubungan antara skeptisisme iklan hijau dan niat pembelian kosmetik hijau 43
2.3.7 Kepercayaan klaim hijau memediasi hubungan antara pengetahuan kelingkunganan dan niat pembelian kosmetik hijau 43
2.4 Model Penelitian 44
BAB III METODE PENELITIAN 45
3.1 Desain Penelitian 45
3.2 Metode Pengumpulan Data 45
3.3 Desain Pengambilan Sampel 46
3.3.1 Populasi 46
3.3.2 Metode Pengambilan Sampel dan Unit Sampel 46
3.3.3 Ukuran Sampel 47
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel 47
3.4.1 Variabel Penelitian 47
3.4.2 Definisi Operasional 48
3.5 Instrumen Penelitian 50
3.6 Pengujian Instrumen Penelitian 51
3.6.1 Uji Validitas 51
3.6.2 Uji Reliabilitas 51
3.7 Metode Analisis Data 52
3.7.1 Uji *Goodness of Fit* 53
3.7.2 Tingkat Signifikansi 53

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Pengaruh Skeptisisme dan Pengetahuan Kelingkunganan pada Niat Pembelian Kosmetik Hijau melalui
Kepercayaan Klaim Hijau**
Chatarina Maharsitami Wisnuwati, Dr. Sari Winahjoe Siswomihardjo, M.B.A.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

3.7.3 Uji Hipotesis 54
3.8 Analisis Statistik Deskriptif 54
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN 56
4.1 Hasil Pengumpulan Data 56
4.2 Profil Responden 56
4.3 Analisis Deskriptif 60
4.4 Analisis *Structural Equation Modelling* 62
4.4.1 Uji *Outer Model* 62
4.4.2 Uji *Inner Model* 66
4.4.3 Uji Hipotesis 69
4.5 Pembahasan 73
4.5.1 Hipotesa 1 73
4.5.2 Hipotesa 2 77
4.5.3 Hipotesa 3 80
4.5.4 Hipotesa 4 82
4.5.5 Hipotesa 5 86
4.5.6 Hipotesa 6 89
4.5.7 Hipotesa 7 93
BAB V SIMPULAN DAN SARAN 98
5.1 Simpulan 98
5.2 Implikasi Manajerial 100
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran 104
5.3.1 Keterbatasan Penelitian 104
5.3.2 Saran 105
DAFTAR PUSTAKA 106
LAMPIRAN 113