

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	11
1.3 Pertanyaan Penelitian	12
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Batasan Penelitian	13
1.5.1 Model Penelitian	13
1.5.2 Obyek Penelitian.....	14
1.5.3 Lokasi Penelitian.....	14
1.5.4 Waktu Penelitian.....	15
1.6 Sistematika Penulisan	15
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 <i>Ecolabelling</i>	18
2.1.2 Pengetahuan tentang Lingkungan yang Dipersepsikan (<i>Perceived Environmental Knowledge</i>)	19
2.1.3 Eksposur Pesan Lingkungan melalui Media (<i>Exposure to environmental messages through media</i>).....	22
2.1.4 Sikap terhadap pembelian hijau (<i>Attitude towards green purchasing</i>). 23	

2.1.5 Pengaruh Teman Sebaya (<i>Peer Influence</i>).....	26
2.1.6 Partisipasi Daur Ulang (<i>Recycling Participation</i>)	27
2.1.7 Perilaku Pembelian Hijau (<i>Green Purchasing Behavior</i>).....	29
2.2 Pengembangan Hipotesis	34
2.2.1 Hubungan antara <i>Ecolabelling</i> dan Perilaku Pembelian Hijau.....	34
2.2.2 Hubungan antara Pengetahuan tentang Lingkungan yang Dipersepsikan dan Perilaku Pembelian Hijau.....	35
2.2.3 Hubungan antara Eksposur Pesan tentang Lingkungan melalui Media (<i>Exposure to Environmental Messages through the Media</i>) dan Perilaku Pembelian Hijau.....	37
2.2.4 Hubungan antara Sikap terhadap Pembelian Hijau dan Perilaku Pembelian Hijau.....	38
2.2.5 Hubungan antara Pengaruh Teman Sebaya dan Perilaku Pembelian Hijau.....	39
2.2.6 Hubungan antara Partisipasi Daur Ulang dan Perilaku Pembelian Hijau	40
2.3 Model Penelitian	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	44
3.1 Strategi Penelitian	44
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran.....	44
3.2.1 <i>Ecolabelling</i>	45
3.2.2 Pengetahuan tentang Lingkungan yang Dipersepsikan (<i>Perceived Environmental Knowledge</i>)	46
3.2.3 Eksposur Pesan tentang Lingkungan melalui Media (<i>Exposure to Environmental Messages through Media</i>).....	47
3.2.4 Sikap terhadap Pembelian Hijau (<i>Attitude towards Green Purchasing</i>)	47
3.2.5 Pengaruh Teman Sebaya (<i>Peer Influence</i>).....	48
3.2.6 Partisipasi Daur Ulang (<i>Recycling Participation</i>)	49
3.2.7 Perilaku Pembelian Hijau (<i>Green Purchasing Behavior</i>).....	50
3.3 Desain Pengambilan Sampel.....	52
3.3.1 Metode Pengambilan Sampel	52
3.3.2 Populasi dan Unit Sampel.....	52
3.3.3 Ukuran Sampel	53
3.4 Obyek Penelitian	53
3.5 Metode Pengumpulan Data	62
3.6 Instrumen Penelitian.....	63
3.7 Pengujian Instrumen.....	63
3.7.1 Uji Validitas	63
3.7.2 Uji Reliabilitas	66
3.8 Metode Analisis Data.....	68
3.8.1 Konsep Dasar	68
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	68
3.8.3 Pengembangan Formulasi Dasar	70
3.8.4 <i>Goodness of Fit</i>	71

3.8.5 Tingkat Signifikansi.....	72
3.8.6 Prosedur Pengujian Hipotesis	72
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	73
4.1 Profil Responden.....	73
4.1.1 Analisis Deskriptif Demografi Responden	74
4.1.2 Analisis Deskriptif Konsumsi <i>Green Cosmetic</i> Responden	77
4.2 Pra Analisis Data.....	82
4.2.1 Uji Asumsi Klasik.....	82
4.2.2 Statistik Deskriptif	86
4.3 <i>Goodness of Fit</i>	88
4.4 Pengujian Hipotesis dan Diskusi.....	91
4.4.1 Hipotesis Pertama	91
4.4.2 Hipotesis Kedua	93
4.4.3 Hipotesis Ketiga.....	94
4.4.4 Hipotesis Keempat.....	95
4.4.5 Hipotesis Kelima.....	97
4.4.6 Hipotesis Keenam	98
4.5 Ringkasan Pengujian Semua Hipotesis dalam Tabel dan Bagan Model Penelitian.....	100
BAB V KESIMPULAN	104
5.1 Kesimpulan	104
5.2 Implikasi Manajerial	105
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	109
5.4 Arah Penelitian Mendatang	109
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN.....	116