

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Sampul	i
Halaman Persetujuan	ii
Pernyataan Keaslian Karya Tulis	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vi
Daftar Lampiran	ix
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xii
Intisari	xiv
Abstract	xv
 BAB I. PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	12
1.3 Pertanyaan Penelitian	22
1.4 Tujuan Penelitian	22
1.5 Manfaat Penelitian	22
1.5.1 Manfaat Teoritis	22
1.5.2 Manfaat Praktis	23
1.6 Lingkup Penelitian	24
 BAB II. LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA	 26
2.1. Teori Tindakan Beralasan	26
2.1.1. Sikap terhadap Perilaku	28
2.1.2. Norma Subyektif	29
2.1.3. Niat Berperilaku	31
2.1.4. Perilaku	35
2.2. Teori Perilaku Terencana	36
2.3. Teori-teori tentang Emosi	41
2.3.1. Asal usul Afek	41
2.3.2. Karakteristik Emosi	47
2.3.3. Hukum-hukum dalam Emosi	50
2.3.4. Proses Pembentukan Perilaku	56
2.4. Penelitian tentang Perilaku Beli Etis	60
2.4.1. Model Mediasi dan Moderasi Niat-Perilaku Konsumen Berpikir Etis	 60
2.4.2. Model Perilaku Beli Etis	64
2.4.3. Model Niat Mengonsumsi Etis	66
2.4.4. Model Pilihan Didorong Emosi	69
2.4.5. Model Pengaruh Emosi pada Pembuatan Keputusan Etis dalam Konsumsi Etis	 72
2.4.6. Model Perilaku Beli Etis Berbasis Emosi	77
2.4.7. Model psikoanalisis pilihan etis dan bersalah konsumen	80

	Halaman
2.5. Pengembangan hipotesis-hipotesis	81
2.5.1. Perilaku Beli Etis	84
2.5.2. Niat Berperilaku Beli Etis	89
2.5.3. Emosi	92
2.6. Model Penelitian	95
BAB III METODE PENELITIAN	96
3.1. Paradigma Penelitian	96
3.2. Strategi Penelitian	98
3.3. Definisi dan Pengukuran	101
3.3.1. Perilaku Beli Etis	101
3.3.2. Emosi	103
3.3.3. Niat Berperilaku Beli Etis	106
3.4. Metode Pengumpulan Data	108
3.5. Protokol Eksperimen	108
3.5.1. Partisipan	108
3.5.2. Obyek Perilaku Beli Etis	110
3.5.3. Pengukuran Variabel	114
3.5.4. Cek Manipulasi	115
3.5.5. Uji Pilot	121
3.5.6. Pelaksanaan Eksperimen	125
3.6. Analisis Data	130
3.6.1. Uji Kruskal-Wallis	131
3.6.2. Uji Mann-Whitney	132
3.6.3. Uji Independensi	133
BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	135
4.1. Hasil analisis data	135
4.1.1. Hasil Uji Hipotesis Peran Emosi dalam Memoderasi Hubungan antara Niat Berperilaku Beli Etis dan Perilaku Beli Etis	135
4.1.2. Hubungan antara Niat Berperilaku Beli Etis dan Perilaku Beli Etis	138
4.1.3. Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Emosi pada Perilaku Beli Etis	140
4.2. Pembahasan	142
4.2.1. Peran Emosi dalam Memoderasi Hubungan antara Niat Berperilaku Beli Etis dan Perilaku Beli Etis	142
4.2.2. Pengaruh Emosi pada Perilaku Beli Etis	147

	Halaman
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	149
5.1. Simpulan	149
5.2. Saran Bagi Penelitian di Masa Yang Akan Datang	150
5.3. Implikasi praktis	150
5.4. Keterbatasan penelitian	152
Daftar Pustaka	154
Lampiran	164
Ringkasan	182
Summary	222

Daftar Lampiran

	Halaman
Lampiran 1 Tabulasi Data Penelitian	165
Lampiran 2 Tabulasi untuk Uji Moderasi Emosi dalam Hubungan antara Niat Berperilaku Beli Etis dan Perilaku Beli Etis	166
Lampiran 3 Hasil Analisis Data	167
Lampiran 4 Hasil Cek Manipulasi Emosi Positif dan Negatif	174
Lampiran 5 Hasil Uji Kesamaan Rasa	176
Lampiran 6 Panduan bagi Moderator	177
Lampiran 7 Undangan Mengikuti Eksperimen dan Formulir Partisipasi dalam Penelitian	178
Lampiran 8 Kupon Penukaran Paket Ayam Goreng	180
Lampiran 9 Formulir Penilaian Rasa	181

Daftar Tabel

	Halaman
Tabel 1.1 Prediksi sikap terhadap niat berperilaku pada sejumlah ranah perilaku beli etis	13
Tabel 1.2 Perbandingan daya prediksi antara Teori Tindakan Beralasan dan Teori Perilaku Terencana dalam perilaku menghadiri perkuliahan	41
Tabel 1.3 Desain eksperimen	100
Tabel 2.4 Komposisi partisipan partisipan dalam setiap blok	110
Tabel 3.5 Tabulasi data cita rasa KFC dan CFC	111
Tabel 3.6 Hasil uji beda cita rasa antara KFC dan CFC	112
Tabel 3.7 Kuesioner cek manipulasi emosi positif	117
Tabel 3.8 Distribusi frekuensi tanggapan partisipan pada cek manipulasi emosi positif	117
Tabel 3.9 Hasil uji beda proporsi perasaan bangga pada produk lokal	118
Tabel 3.10 Kuesioner cek manipulasi emosi negatif	119
Tabel 3.11 Distribusi frekuensi tanggapan partisipan pada cek manipulasi emosi negatif	119
Tabel 3.12 Hasil uji beda proporsi perasaan menyesal telah mengonsumsi produk global	120
Tabel 3.13 Hasil uji pilot	124
Tabel 3.14 Komposisi jumlah partisipan di setiap blok	128
Tabel 3.15 Matriks perilaku beli etis	130
Tabel 3.16 Kriteria penerimaan H_0	133
Tabel 3.17 Tabulasi silang niat lawan emosi	133

	Halaman
Tabel 4.18 Tabulasi silang interaksi antara emosi-niat berperilaku beli etis dan perilaku beli etis	136
Tabel 4.19 Hasil uji interaksi antara emosi dan niat berperilaku beli etis	137
Tabel 4.20 Uji beda perilaku beli etis akibat klasifikasi niat berperilaku beli etis	138
Tabel 4.21 Tabulasi silang niat berperilaku beli etis dan perilaku beli etis	139
Tabel 4.22 Hasil uji hubungan antara niat berperilaku beli etis dan perilaku beli etis	139
Tabel 4.23 Uji beda pengaruh manipulasi emosi positif, negatif, dan kontrolnya pada perilaku beli etis	140
Tabel 4.24 Tabulasi silang emosi dan perilaku beli etis	141
Tabel 4.25 Hasil uji hubungan antara emosi dan perilaku beli etis	141

Daftar Gambar

	Halaman
Gambar 1.1 Teori Tindakan Beralasan	7
Gambar 1.2 Teori Perilaku Terencana	8
Gambar 1.3 Determinan dan konsekuensi emosi segera dan emosi diharapkan	11
Gambar 2.4 Hubungan antar konstruk dalam Teori Tindakan Beralasan	27
Gambar 2.5 Hubungan antar konstruk dalam Teori Perilaku Terencana	39
Gambar 2.6 Model pemrosesan informasi afek	42
Gambar 2.7 Model pembentukan afek dan kognisi	43
Gambar 2.8 Proses pembentukan tindakan	58
Gambar 2.9 Model Mediasi dan Moderasi Niat-Perilaku Konsumen Berpikir Etis	62
Gambar 2.10 Model Perilaku beli etis	65
Gambar 2.11 Model niat mengonsumsi etis	66
Gambar 2.12 Model Pilihan Didorong Emosi	71
Gambar 2.13 Taksonomi perasaan bersalah dalam konsumsi etis ..	74
Gambar 2.14 Model pengaruh emosi pada pembuatan keputusan etis dalam konsumsi etis	76
Gambar 2.15 Keefektifan Konsumen pada Pilihan Konsumsi Berkelanjutan	79
Gambar 2.16 Model psikoanalisis pilihan etis dan bersalah konsumen	81
Gambar 2.17 Model Penelitian	95

	Halaman
Gambar 3.18 Desain Eksperimen	100
Gambar 3.19 Obyek Perilaku beli etis	113
Gambar 4.20 Model hasil uji hipotesis	142