

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
INTISARI	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	13
1.3. Pertanyaan Penelitian	15
1.4. Tujuan Penelitian	16
1.5. Manfaat Penelitian	17
1.6. Lingkup Penelitian	18
1.7. Sistematika Penelitian	20
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	22
2.1 Landasan Teori	22
2.1.1 Nilai Hijau yang Dipersepsikan	22
2.1.1.1 Nilai Fungsional	25
2.1.1.2 Nilai Kondisional	26
2.1.1.3 Nilai Sosial	27
2.1.1.4 Nilai Emosional	27
2.1.2 Sikap terhadap Pembelian	28
2.1.3 Niat Pembelian	29
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu	29
2.3 Perumusan Hipotesis Penelitian	32
2.4 Model Penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN	37

3.1 Desain Penelitian	37
3.2 Identifikasi Variabel	37
3.3 Definisi Operasional Variabel	38
3.4 Desain Pengambilan Data	42
3.4.1 Populasi dan Sampel	42
3.4.2 Metode Pengambilan Sampel.....	43
3.4.3 Ukuran Sampel.....	44
3.5 Metode Pengumpulan Data	44
3.6 Instrumen Penelitian.....	45
3.7 Pengujian Instrumen Penelitian.....	46
3.7.1 Pengujian Validitas	47
3.7.2 Pengujian Reliabilitas.....	50
3.8 Uji Asumsi Klasik	52
3.8.1 Uji Multikolinearitas	52
3.9 Metode Analisis Data	52
3.9.1 Regresi Linier Berganda	53
3.9.2 Regresi Linier Sederhana	54
3.10 Uji Goodness of Fit	54
3.10.1 Uji Statistik F	55
3.10.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	55
3.10.3 Uji Statistik t	56
3.11 Pengujian Hipotesis	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1 Deskripsi Data	59
4.1.1 Karakteristik Responden	60
4.2 Kualitas Data Penelitian	62
4.2.1 Uji Normalitas	63
4.3 Diskusi dan Pembahasan	64
4.3.1 Statistik Deskriptif	64
4.3.1.1 Analisis Deskriptif Variabel Nilai Fungsional.....	67
4.3.1.2 Analisis Deskriptif Variabel Nilai Kondisional.....	68
4.3.1.3 Analisis Deskriptif Variabel Nilai Sosial.....	70

4.3.1.4 Analisis Deskriptif Variabel Nilai Emosional	71
4.3.1.5 Analisis Deskriptif Variabel Sikap Pembelian	72
4.3.1.6 Analisis Deskriptif Variabel Niat Pembelian.....	74
4.3.2 Matriks Korelasi Antar Variabel	75
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	76
4.3.3.1 Uji Multikolinearitas.....	76
4.3.4 Hasil Pengujian Goodness of Fit Model	77
4.3.4.1 Uji F pada Model Regresi Berganda.....	78
4.3.4.2 Koefisien Determinasi pada Model Regresi Berganda.....	79
4.3.4.3 Uji t pada Model Regresi Berganda.....	79
4.3.4.4 Uji F pada Model Regresi Sederhana	81
4.3.4.5 Koefisien Determinasi pada Model Regresi Sederhana	81
4.3.4.6 Uji t pada Model Regresi Sederhana	82
4.4 Pengujian Hipotesis	83
4.4.1 Pengujian Hipotesis pada Model Regresi Berganda	83
4.4.1.1 Hipotesis Pertama	83
4.4.1.2 Hipotesis Kedua.....	84
4.4.1.3 Hipotesis Ketiga.....	85
4.4.1.4 Hipotesis Keempat.....	85
4.4.1.5 Hipotesis Kelima.....	86
4.5 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	92
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Implikasi	96
5.1.1 Implikasi Teoritis	96
5.1.2 Implikasi Manajerial	96
5.3 Keterbatasan Penelitian	100
5.4 Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	102
DAFTAR LAMPIRAN	108

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel.....	39
Tabel 3.1 Lanjutan	42
Tabel 3.1 Hasil Nilai KMO dan Bartlett's Test	48
Tabel 3.2 Hasil Output Rotated Component Matrix	49
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	51
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	60
Tabel 4.2 Hasil Uji Normalitas	63
Tabel 4.3 Kategori Penilaian Statistik Deskriptif	64
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Variabel Nilai Fungsional.....	67
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel Nilai Kondisional.....	69
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel Nilai Sosial.....	70
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel Nilai Emosional	71
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Variabel Sikap Pembelian.....	73
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Variabel Niat Pembelian.....	74
Tabel 4.11 Perhitungan Korelasi antar Variabel	75
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas Data dengan Variabel Dependen Sikap Pembelian.....	76
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas Data dengan Variabel Dependen Niat Pembelian.....	77
Tabel 4.14 Hasil Uji F.....	78
Tabel 4.15 Hasil Koefisien Determinasi R^2	79
Tabel 4.16 Hasil Uji t.....	80
Tabel 4.17 Hasil Uji F.....	81
Tabel 4.18 Hasil Koefisien Determinasi R^2	82
Tabel 4.19 Hasil Uji t.....	82
Tabel 4.20 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Zat berbahaya dalam pembalut sekali pakai	2
Gambar 1.2. Waktu yang diperlukan pembalut sekali pakai agar terurai	3
Gambar 1.3. Pembalut ramah lingkungan <i>zero waste</i> (Menstrual Cups dan Pembalut Kain).....	4
Gambar 1.4. Pembalut ramah lingkungan <i>biodegradable</i>	4
Gambar 1.5. Pencarian kata kunci “Menstrual Cup” di Google setiap bulan September selama 9 tahun terakhir	6
Gambar 1.6 Jumlah responden yang mengaku memiliki kepedulian terhadap lingkungan hidup.....	9
Gambar 1.7 Jumlah responden yang sadar akan bahaya pembalut yang dipakai	10
Gambar 1.8 Jumlah responden yang tahu ada alternatif pembalut lebih ramah lingkungan.....	10
Gambar 1.9 Jumlah responden yang mempertimbangkan untuk beralih ke pembalut ramah lingkungan.....	11
Gambar 1.10 Jumlah responden yang sudah beralih.....	11
Gambar 1.11 Jumlah responden yang ingin produsen pembalut Indonesia memproduksi pembalut ramah lingkungan.....	12
Gambar 1.12. Jumlah responden yang akan membeli pembalut ramah lingkungan produksi Indonesia	12
Gambar 2.1 Model Penelitian	36