



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAKSI	x
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah	12
1.3. Pertanyaan Penelitian	12
1.3. Tujuan Penelitian	12
1.5. Kontribusi Penelitian.....	13
1.5.1. Kontribusi Teoritis.....	13
1.5.2. Kontribusi Praktis.....	13
BAB II.....	15
LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	15
2.1. Landasan Teori.....	15
2.1.1. Socially Responsible Business (SRB)	19
2.1.2. <i>Environmentally Responsible Business (ERB)</i>	23
2.1.3. Kepedulian Konsumen	27
2.1.5 Pengetahuan Konsumen	33
2.1.6 Willingness to Pay Premium (WTP)	37
2.2. Hubungan Antar Variabel.....	37
2.2.1. Hubungan kepedulian konsumen, pengetahuan konsumen dan kepercayaan konsumen mengenai masalah ketenagakerjaan dengan dukungan pada bisnis yang bertanggung jawab secara sosial.....	37
2.2.2. Hubungan kepedulian, pengetahuan dan kepercayaan konsumen mengenai masalah mode ramah lingkungan dengan dukungan pada bisnis yang bertanggung jawab secara lingkungan	38
2.2.3. Hubungan dukungan pada bisnis yang bertanggung jawab secara sosial (SRB) dan dukungan pada bisnis yang bertanggung jawab secara lingkungan (ERB) dengan kesediaan membayar untuk harga premium.....	39
2.2.4. Hubungan kesediaan membayar harga premium untuk dukungan bisnis yang bertanggung jawab secara sosial dengan kesediaan membayar untuk dukungan bisnis yang bertanggung jawab secara lingkungan.....	40
2.3. Model Penelitian.....	41
BAB III	43
METODE PENELITIAN.....	43
3.1. Desain Penelitian.....	43
3.2. Desain Pengambilan Sample	43
3.2.1. Populasi	43
3.2.2. Metode Pengambilan Sampel	44
3.2.4. Ukuran Sampel	45
3.2.5. Objek Penelitian	45



3.3. 48 Variabel dan Pengukuran	46
3.3.1. Kepedulian Konsumen	46
3.3.2. Pengetahuan Konsumen	47
3.3.3. Kepercayaan Konsumen	48
3.3.4. Dukungan Bagi Bisnis yang Bertanggungjawab Secara Sosial	48
3.3.4. Dukungan Bagi Bisnis yang Bertanggungjawab Secara Lingkungan	49
3.3.6. Willingness to Pay Premium (WTP)	50
3.4. Uji Instrumen	50
3.4.1. Uji Validitas	50
3.4.2. Uji Reliabilitas	51
3.5. Analisis Data	52
BAB IV	52
ANALISIS DATA	52
4.1. Karakteristik Responden	59
4.1.1. Jenis Kelamin	59
4.1.2. Usia	60
4.1.3. Pekerjaan	61
4.1.4. Pendidikan Terakhir	62
4.1.5. Pengeluaran per Bulan	63
4.2. Hasil Analisis Data	65
4.2.1. Analisis Faktor Konfirmatori	65
4.2.1.1. Uji Goodness of Fit	65
4.2.1.2. Uji Signifikansi	68
4.2.1.2.1. Nilai Lambda	68
4.2.1.2.1. Bobot Faktor	70
4.3. Analisis SEM	71
4.3.1. Uji Kesuaian Model	71
4.3.2. Uji Kausalitas	72
4.3.3. Proses Identifikasi	74
4.3.2. Evaluasi atas Asumsi-asumsi SEM	75
4.3.4.3. Normalitas Data	75
4.3.4.4. Tahap Interpretasi dan Modifikasi Model	78
4.4. Uji Hipotesis	79
4.4.1 Uji Hipotesis 1a	79
4.4.2. Uji Hipotesis 1b	80
4.4.3. Uji Hipotesis 1c	80
4.4.4. Uji Hipotesis 2b	80
4.4.5. Uji Hipotesis 2a	80
4.4.6. Uji Hipotesis 2b	81
4.4.7. Uji Hipotesis 2a	81
4.4.8. Uji Hipotesis 3	81
4.4.9. Uji Hipotesis 4	82
4.4.9.10	82
4.5. Pembahasan	82
4.5.1.H1a,b,c Kepedulian, Pengetahuan,Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Ketenagakerjaan Berpengaruh Positif Pada Bisnis Yang Bertanggung Jawab Secara Sosial	83
4.5.2. H1a,b,c Kepedulian, Pengetahuan, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Ketenagakerjaan Berpengaruh Positif Pada Bisnis Yang Bertanggung Jawab Secara Lingkungan	85



4.5.3. H3 Dukungan Konsumen pada Bisnis yang Bertanggung Jawab secara Sosial Berpengaruh Positif pada Kesiapan Membayar Harga Premium	86
4.5.4. H4 Dukungan Konsumen pada Bisnis yang Bertanggung Jawab secara Lingkungan Berpengaruh Positif pada Kesiapan Membayar Harga Premium	87
4.5.5. H5 Konsumen Bersedia Membayar Harga Premium Lebih Tinggi Untuk Dukungan Bisnis Yang Bertanggung Jawab Secara Sosial Lebih Tinggi Daripada Untuk Dukungan Bisnis Yang Bertanggung Jawab Secara Lingkungan.	88

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN	90
5.1. Simpulan.....	90
5.2. Saran	91
DAFTAR REFERENSI.....	93
KUESIONER PENELITIAN	96
LAMPIRAN	102