UNIVERSITAS GADJAH MADA
PENINGKATAN INTENSI PEMBELIAN HIJAU: PERAN DARI NILAI HIJAU YANG DIPERSEPSIKAN, RISIKO HIJAU YANG DIPERSEPSIKAN, DAN KEPERCAYAAN HIJAU PADA PRODUK BATIK DENGAN PEWARNA ALAMI
ADRIAN HARTANTO, Sahid Susilo Nugroho, Dr.,M.,Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2016 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI i
KATA PENGANTAR iv
ABSTRAKSI vi
BAB 1 PENDAHULUAN 1
1.1 Latar belakang 1
1.2 Rumusan masalah 5
1.3 Pertanyaan penelitian 6
1.4 Tujuan Penelitian 6
1.5 Lingkup Penelitian 6
BAB 2 LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS 8
2.1. Intensi pembelian hijau 8
2.2. Kepercayaan 9
2.2.1. Kepercayaan hijau 10
2.3. Nilai hijau yang dipersepsikan 10
2.4. Risiko hijau yang dipersepsikan 11
2.5. Pengaruh nilai hijau yang dipersepsikanpada kepercayaan hijau 12
2.6. Pengaruhrisiko hijau yang dipersepsikanpada kepercayaan hijau 13
2.7. Pengaruhkepercayaan hijaupada intensi pembelian hijau 13
2.8. Pengaruhnilai hijau yang dipersepsikanpada intensi pembelian hijau 14
2.9. Pengaruhrisiko hijau yang dipersepsikanpada intensi pembelian hijau 14
2.10. Model Penelitian 15
BAB 3 METODE PENELITIAN 16
3.1. Strategi penelitian 16
3.2. Definisi Operasional dan Pengukuran 16
3.2.1. Intensi Pembelian Hijau 17
3.2.2. Kepercayaan Hijau 18
3.2.3. Risiko Hijau yang Dipersepsikan 19
3.3. Desain pengambilan sampel 21
3.3.1. Metode pengambilan sampel 21

UNIVERSITAS GADJAH MADA
PENINGKATAN INTENSI PEMBELIAN HIJAU: PERAN DARI NILAI HIJAU YANG DIPERSEPSIKAN, RISIKO HIJAU YANG DIPERSEPSIKAN, DAN KEPERCAYAAN HIJAU PADA PRODUK BATIK DENGAN PEWARNA ALAMI
ADRIAN HARTANTO, Sahid Susilo Nugroho, Dr.,M.,Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2016 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

3.3.2. Unit sampel 21
3.3.2.1. Populasi 21
3.3.2.2. Sampel Unit 22
3.3.2.3. Ukuran Sampel 22
3.3.2.4. Lokasi Riset 23
3.3.2.5. Profil responden 23
3.4. Metode Pengumpulan Data 27
3.5. Uji Instrumen 27
3.5.1. Uji Validitas 27
3.5.2. Uji Reliabilitas 31
3.6. Metode analisis 32
3.6.1. Metode analisis regresi berganda 32
3.6.2. Tingkat signifikansi 33
3.6.3. *Goodness of Fit* 34
3.6.3.1. Uji statistik t 34
3.6.3.2. Uji statistikF 34
3.6.3.3. Uji Koefisien Determinasi (R^2) 35
3.6.4. Pengujian Hipotesis 35
BAB 4 ANALISIS DATA 36
4.1. Uji asumsi klasik 36
4.1.1. Uji normalitas 36
4.1.2. Uji multikolinearitas 37
4.2. Statistik Deskriptif 38
4.2.1. Korelasi Antar Variabel 38
4.3. Goodnes ofFit 40
4.3.1. Pengaruhantara nilai hijau yang dipersepsikan dan risiko hijau yag dipersepsikan terhadap kepercayaan hijau 40
4.3.1.1. Uji statistik t 40
4.3.1.2. Uji statistik F 41
4.3.1.3. Nilai koefisien determinasi (R^2) 42
4.3.2. Pengaruhantara kepercayaan hijau, nilai hijau yang dipersepsikan dan risiko hijau yang dipersepsikan terhadap intensi pembelian hijau 43

PENINGKATAN INTENSI PEMBELIAN HIJAU: PERAN DARI NILAI HIJAU YANG DIPERSEPSIKAN, RISIKO HIJAU YANG
DIPERSEPSIKAN, DAN KEPERCAYAAN HIJAU PADA PRODUK BATIK DENGAN PEWARNA ALAMI
ADRIAN HARTANTO, Sahid Susilo Nugroho, Dr.,M.,Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2016 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

4.3.2.1. Uji statistik t 43
4.3.2.2. Uji statistik F 44
4.3.2.3. Nilai koefisien determinasi (R^2) 45
4.4. Pengujian Hipotesis 45
4.4.1. Hipotesis pertama 46
4.4.2. Hipotesis kedua 47
4.4.3. Hipotesis ketiga 48
4.4.4. Hipotesis keempat 48
4.4.5. Hipotesis kelima 49
4.5. Ringkasan hasil pengujian hipotesis 50
BAB 5 KESIMPULAN 52
5.1. Kesimpulan 52
5.2. Implikasi 54
5.3. Keterbatasan penelitian 55
5.4. Arahan riset mendatang 55
DAFTAR PUSTAKA 56
LAMPIRAN KUESIONER PENELITIAN 61