

## DAFTAR ISI

	Halaman
SKRIPSI.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR .....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	19
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	20
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	20
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	21
1.4 Sistematika Penulisan.....	22
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	24
2.1 Landasan Teori .....	24
2.1.1 <i>Green Product</i> .....	24
2.1.2 <i>Green Consumer</i> .....	27
2.1.3 Skeptisisme .....	29
2.1.4 Green Product Knowledge.....	32
2.1.5 Kesadaran Lingkungan .....	35
2.1.6 <i>Attitude</i> .....	38
2.1.7 Kepuasan.....	43
2.1.6 Jenis Kelamin.....	47

2.2 Penelitian Terdahulu.....	49
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	56
2.3.1 Pengaruh Skeptisisme terhadap <i>Green Product</i> Terhadap <i>Attitude</i> .....	56
2.3.2 Pengaruh Pengetahuan Mengenai <i>Green Product</i> Terhadap <i>Attitude</i> ..	57
2.3.3 Pengaruh Kesadaran Lingkungan terhadap <i>Attitude</i> .....	58
2.3.4 Pengaruh <i>Attitude</i> terhadap Kepuasan .....	59
2.3.5 Jenis Kelamin Memoderasi Pengaruh antara Skeptisisme terhadap <i>Green Product</i> , Pengetahuan mengenai <i>Green Product</i> , dan Kesadaran Lingkungan terhadap <i>Attitude</i> .....	60
2.4 Kerangka Pemikiran Teoretis .....	61
2.5 Hipotesis .....	62
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	64
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	64
3.1.1 Variabel Penelitian.....	64
3.1.2 Definisi Operasional Variabel .....	65
3.2 Populasi dan sampel .....	67
3.2.1 Populasi.....	67
3.2.2 Sampel .....	67
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	68
3.3 Jenis Sumber Data .....	69
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	69
3.4.1 Kuesioner .....	69
3.5 Teknik Analisis Data .....	70
3.5.1 Metode Analisis Data .....	70
3.5.2 Statistik Deskriptif .....	71
3.5.3 Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	71
3.5.4 Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	74
3.5.5 Pengujian Hipotesis .....	76
<b>BAB IV HASIL DAN ANALISIS</b> .....	78
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	78
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	78
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	81
4.1.2.1 Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	82

4.1.2.2	Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia.....	83
4.1.2.3	Pengelompokan Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	83
4.1.2.4	Pengelompokan Responden Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran Pribadi untuk Berbelanja Produk Body Care dalam Satu Bulan .....	84
4.2	Deskripsi Variabel Penelitian .....	85
4.2.1	Deskripsi Variabel Penelitian .....	86
4.2.3	Analisis Deskripsi Variabel Skeptisme terhadap Green Product.....	86
4.2.3	Analisis Deskripsi Variabel Pengetahuan Mengenai Green Product....	87
4.2.4	Analisis Deskripsi Variabel Kesadaran Lingkungan.....	88
4.2.5	Analisis Deskripsi Variabel <i>Attitude</i> .....	89
4.2.6	Analisis Deskripsi Variabel Kepuasan .....	89
4.2.7	Analisis Deskripsi Jenis Kelamin .....	90
4.3	Analisis Data .....	91
4.3.1	Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	91
4.3.1.1	<i>Convergen Validity</i> (Validitas Konvergen) .....	91
4.3.1.2	<i>Discriminant Validity</i> (Validitas Deskriminan) .....	96
4.3.1.3	<i>Composite Reability</i> .....	98
4.3.2	Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	99
4.3.3	Hasil Uji Hipotesis.....	103
4.4	Pembahasan .....	114
4.4.1	Skeptisisme Terhadap <i>Green Product</i> Berpengaruh Negatif Signifikan Terhadap <i>Attitude</i> .....	114
4.4.2	Pengetahuan Mengenai <i>Green Product</i> Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap <i>Attitude</i> .....	114
4.4.3	Kesadaran Lingkungan Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap <i>Attitude</i> .....	115
4.4.4	<i>Attitude</i> Berpengaruh Positif Terhadap Kepuasan.....	115
4.4.5	Jenis Kelamin Tidak Memoderasi Pengaruh Antara Skeptisisme Terhadap <i>Green Product</i> Terhadap <i>Attitude</i> .....	116
4.4.6	Jenis Kelamin Memoderasi Pengaruh Antara Pengetahuan Mengenai Green Product Terhadap <i>Attitude</i> .....	117
4.4.7	Jenis Kelamin Memoderasi Pengaruh Antara Kesadaran Lingkungan Terhadap <i>Attitude</i> .....	118
BAB V	PENUTUP.....	119

5.1 Kesimpulan.....	119
5.2 Implikasi Teoritis .....	121
5.3 Implikasi Manajerial.....	123
5.4 Keterbatasan Penelitian .....	126
5.5 Saran Untuk Penelitian Mendatang .....	126
DAFTAR PUSTAKA .....	128
LAMPIRAN.....	138
Kuesioner Pertanyaan Penelitian.....	139
A. Green Product Scepticism.....	139
C. Environmental Consciousness .....	140
E. Customer Satisfaction .....	141

