

DAFTAR ISI

TESIS	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
DECLARATION	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.5 Lingkup Penelitian	16
1.6 Sistematika Tesis	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 <i>Consumer Behaviour</i>	15
2.1.1.1 <i>Attitude</i>	16
2.1.1.2 <i>Attitude Toward Green Product</i>	18
2.1.2 <i>Green Marketing</i>	19
2.1.2.1 <i>Green product</i>	20
2.1.3 <i>Costumer Value</i>	24
2.1.3.1 <i>Green Value</i>	26
2.1.3.2 <i>Functional Value</i>	27
2.1.4 <i>Purchase Intention</i>	27
2.1.5 <i>Perceived behavioral control</i>	29
2.2 <i>Penelitian Terdahulu</i>	31

2.2.1 Penelitian yang dilakukan oleh Somi Yu and Jieun Lee. 2019. <i>The effect of consumers' perceived values on intention to purchase upcycled products</i>	31
2.2.2 Penelitian yang dilakukan oleh Hee Yeon Kim and Jae-Eun Chung. 2011. <i>Consumer purchase intention for organic personal care products</i>	33
2.2.3 Penelitian yang dilakukan oleh Norazah Mohd Suki. 2015. <i>Consumer environmental concern and green product purchase in Malaysia: structural effects of consumption values</i>	35
2.3 Kerangka Konseptual	36
2.4 Pengembangan Hipotesis dan Model Analisis	39
2.4.1 <i>Green value</i> berpengaruh terhadap <i>purchase intention</i>	39
2.4.2 <i>Green Value</i> berpengaruh terhadap <i>Attitude Toward Green Product</i>	40
2.4.3 <i>Functional value</i> berpengaruh terhadap <i>purchase intention</i>	40
2.4.4 <i>Functional Value</i> Berpengaruh terhadap <i>Attitude Toward Green Product</i>	41
2.4.5 <i>Attitude toward green product</i> berpengaruh terhadap <i>purchase intention</i>	41
2.4.6 <i>Perceived behavioral control (PBC)</i> sebagai variabel moderasi antara <i>attitude toward green product</i> dan <i>purchase intention</i>	42
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1 Jenis Penelitian	48
3.2 Identifikasi Variabel	48
3.2.1 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel	49
3.2.1.1 <i>Green value</i>	49
3.2.1.2 <i>Functional value</i>	50
3.2.1.3 <i>Attitude toward green product</i>	51
3.2.1.4 <i>Purchase intention</i>	51
3.2.1.5 <i>Perceived behavioral control</i>	52
3.3 Jenis dan Sumber Data	53
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	54
3.4.1 Populasi.....	54
3.4.2 Sampel.....	54
3.5 Metode Pengumpulan Data	55
3.6 Metode Pengukuran Skala.....	56
3.7 Teknik Analisis Data	57
BAB IV PEMBAHASAN	62
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	62

4.1.1. Profil Erha <i>Skin Care</i>	62
4.1.2 Profil Natasha <i>Skin Clinic Center</i>	63
4.1.3 Profil Larissa <i>Aesthetic Center</i>	63
4.2. Deskripsi Karakteristik Responden	64
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	64
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	65
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	66
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	67
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Yang Digunakan	68
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan <i>Skin Care</i>	69
4.3 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Penelitian.....	70
4.3.1 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Green Value</i>	71
4.3.2 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Functional Value</i>	73
4.3.3 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Attitude Toward Green Product</i>	75
4.3.4 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Purchase Intention</i>	77
4.3.5 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Perceived Behavioral Control</i>	79
4.4. Analisis <i>Partial least Square</i>	81
4.4.1 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	81
4.4.1.1 Uji Validitas	81
4.4.2 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	85
4.4.3 Gambar Analisis Jalur	87
4.5 Pengujian Hipotesis	87
4.6 Hasil dan Pembahasan	91
4.6.1 Pengaruh <i>Green Value</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	91
4.6.2 Pengaruh <i>Green Value</i> terhadap <i>Attitude Toward Green Skin Care Product</i> ..	92
4.6.3 Pengaruh <i>Functional Value</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	93
4.6.4 Pengaruh <i>Functional Value</i> terhadap <i>Attitude Toward Green skin care Product</i>	94
4.6.5 Pengaruh <i>Attitude Toward Green Product</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	95
4.6.6 Pengaruh <i>Perceived Behavioral Control</i> sebagai Variabel Moderasi antara <i>Attitude Toward Green Product</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	96
BAB V PENUTUP	93

5.1 Simpulan.....	93
5.2 Implikasi Penelitian	95
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Arah Penelitian Selanjutnya	96
DAFTAR PUSTAKA.....	97
LAMPIRAN 1-KUESIONER PENELITIAN	104
LAMPIRAN 2- HASIL KUESIONER.....	109
LAMPIRAN 3 – HASIL SPSS ANALISIS DESKRIPTIF	116
LAMPIRAN 4 – HASIL OLAH DATA DENGAN PLS.....	124

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert dan Kriteria Jawaban	57
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	65
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	66
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	67
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Produk yang digunakan.....	68
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan <i>Skin Care</i>	70
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Green Value</i>	71
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Functional Value</i>	73
Tabel 4.9 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Attitude Toward Green Product</i>	75
Tabel 4.10 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Purchase Intention</i>	77
Tabel 4.11 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Perceived Behavioral Control</i>	79
Tabel 4.12 Nilai <i>Loading Factor & AVE</i>	82
Tabel 4.13 Nilai <i>Cross Loading</i>	83
Tabel 4.14 Nilai <i>Cronbachs Alpha dan Composite Reliability</i>	85
Tabel 4.15 Nilai <i>R Square</i>	86
Tabel 4.16 Uji Hipotesis.....	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian Somi Yu and Jieun Lee.....	35
Gambar 2.2 Model Penelitian Hee Yeon Kim and Jae-Eun Chung. 37	
Gambar 2.3 Model Penelitian Norazah Mohd Suki.....	39
Gambar 2.4 Model Pengembangan Hipotesis.....	47
Gambar 4.1 <i>Inner Model</i>	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Hasil Kuesioner

Lampiran 3 Hasil SPSS Analisis Deskriptif

Lampiran 4 Hasil Olah Data Dengan PLS