DAFTAR TABEL

Halaman

1.2 Mapping Penelitian Terdahulu 40

2.3 Konsep, Variabel, Indikator, dan *Item* 54

3.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Pengetahuan Lingkungan (X_1) 62

4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Afeksi terhadap Lingkungan (X_2) 63

5.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Produk Hijau (X3) 64

6.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Harga Premium (X4) 65

7.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Struktur Keputusan Pembelian (Y) 65

8.4 Distribusi Responden Berdasarkan Usia 74

9.4 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 74

10.4 Distribusi Responden Berdasarkan Status Tempat Tinggal 75

11.4 Distribusi Responden Berdasarkan Uang Saku per Bulan 75

12.4 Distribusi Responden Berdasarkan Lama Pemakaian 76

13.4 Distribusi Responden Berdasarkan Tempat Membeli 77

14.4 Jawaban Responden pada Variabel Pengetahuan Lingkungan (X1) 79

15.4 Jawaban Responden pada Variabel Afeksi terhadap Lingkungan (X2) 81

16.4 Jawaban Responden pada Variabel Kualitas Produk Hijau (X3) 82

17.4 Jawaban Responden pada Variabel Harga Premium (X4) 84

18.4 Jawaban Responden pada Variabel Struktur Keputusan Pembelian (Y)..... 86

19.4 Rekapitulasi Analisis Regresi Linier Berganda antara Pengetahuan Lingkungan (X1), Afeksi terhadap Lingkungan (X2), Kualitas Produk Hijau (X3), Harga Premium (X4) terhadap Struktur Keputusan Pembelian (Y)..... 88

20.4 Perbandingan Penelitian terdahulu dengan Penelitian Sekarang..... 103

DAFTAR GAMBAR

Halaman

1.1 Penjualan Produk Hijau Philips berdasar Sektor..... 5

2.2 Faktor yang Mempengaruhi Keinginan Konsumen Membayar Lebih untuk Produk Hijau..... 34

3.2 Model Konseptual..... 45

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

1. Surat Riset..... 115
2. Kuesioner Penelitian..... 116
3. Jawaban Responden..... 120
4. Tabel Frekuensi..... 123
5. Validitas dan Reliabilitas..... 127
6. Analisis Regresi..... 132