

**PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN *GAMIFICATION*  
*EFFECT* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION*  
KONSUMEN DENGAN PRAKTIK *GREENWASHING*  
SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PROGRAM  
DIGITAL *GO-GREENER* GOJEK DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik  
dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1  
Program Studi Ilmu Administrasi Niaga



**Oleh:**

**Ani Setiowati**

**NBI. 1122200125**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2026**



**PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN *GAMIFICATION*  
*EFFECT* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION*  
KONSUMEN DENGAN PRAKTIK *GREENWASHING*  
SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PROGRAM  
DIGITAL *GO-GREENER* GOJEK DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik  
dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1  
Program Studi Ilmu Administrasi Niaga



Oleh:  
**Ani Setiowati**  
**NBI. 1122200125**

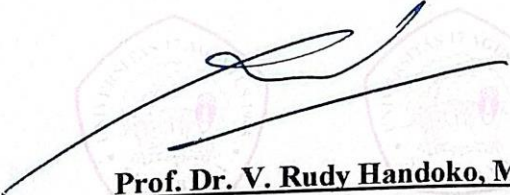
**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2026**

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Ani Setiowati  
NBI : 1122200125  
Program Studi : Administrasi Niaga  
Judul Skripsi : Pengaruh *Green Marketing* dan *Gamification Effect* terhadap *Behaviroal Intention* Konsumen dengan Praktik *Greenwashing* sebagai Variabel Moderasi pada Program Digital *Go-Greener* Gojek di Surabaya

Surabaya, 30 Juni 2026

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Prof. Dr. V. Rudy Handoko, M.S.

NPP. 20110.86.0062

Disetujui Oleh,  
Dosen Pembimbing 1



Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S.

NPP. 20120.86.0057

## TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 30 Juni 2026.

Dosen Penguji :

1. Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S.

(  )

Ketua

2. Dra. Diana Juni Mulyati, M.M.

(  )

Anggota I

3. Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.

(  )

Anggota II

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Prof. Dr. V. Rudy Handoko, M.S

NPP. 20110.86.0062

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ani Setiowati  
NBI : 1122200125  
Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga  
Judul Skripsi : Pengaruh *Green Marketing* dan *Gamification Effect* terhadap *Behavioral Intention* konsumen dengan Praktik *Greenwashing* sebagai Variabel Moderasi pada layanan digital *Go-Greener* Gojek di Surabaya

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang Saya buat adalah benar – benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasi dan atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau keseluruhan sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh – sungguh dan atas kesadaran yang sesadar – sadarnya.

Surabaya, 30 Juni 2026  
Yang membuat pernyataan



Ani Setiowati



UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN  
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA  
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)  
e-mail : perpustakaan@untag-sby.ac.id

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ani Setiowati  
NBI/ NPM : 1122200125  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi/ ~~Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/ Praktek\*~~

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

**"Pengaruh Green Marketing dan Gamification Effect terhadap Behavioral Intention Konsumen pada Program Digital Go-Greener Gojek di Surabaya"**

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalih media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Pada tanggal : 30 Juni 2026

Yang Menyatakan,



(.....)

\*Coret yang tidak perlu

## **MOTTO**

“Doa Ibu seluas langit biru, dan aku berlindung dibawahnya”

**(Penulis)**

“Hidup tidak boleh sederhana. Hidup harus hebat, terpelajar, kaya, dan bermanfaat.  
Yang sederhana biarlah keperibadian dan adab saja. Sisanya, harus megah dan  
sejahtera”

**(Emran Bite)**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Green Marketing* dan *Gamification Effect* terhadap *Behavioral Intention* dengan variabel moderasi *Greenwashing* pada pengguna layanan *Go-Greener* Gojek di Surabaya. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang dipilih menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Analisis data dilakukan untuk menguji pengaruh langsung antarvariabel serta peran moderasi *Greenwashing*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Green Marketing* dan *Gamification Effect* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* pengguna layanan *Go-Greener*. Sebaliknya, *Greenwashing* tidak mampu memoderasi hubungan antara *Green Marketing* dan *Behavioral Intention* maupun hubungan antara *Gamification Effect* dan *Behavioral Intention*. Temuan ini menunjukkan bahwa *Green Marketing* dan *Gamification Effect* memiliki peran penting dalam meningkatkan *Behavioral Intention* pengguna, dengan *Gamification Effect* menjadi variabel yang memberikan pengaruh lebih dominan. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk terus memperkuat implementasi strategi *Green Marketing* serta mengoptimalkan elemen gamifikasi guna meningkatkan keterlibatan dan niat pengguna dalam memanfaatkan layanan *Go-Greener*. Penelitian ini memberikan wawasan bagi perusahaan dalam mengembangkan strategi pemasaran berkelanjutan yang dapat mendorong *Behavioral Intention* pengguna terhadap layanan ramah lingkungan.

**Kata Kunci:** *Green Marketing, Gamification Effect, Behavioral Intention, Greenwashing.*

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of Green Marketing and Gamification Effect on Behavioral Intention, with Greenwashing serving as a moderating variable among users of Gojek's Go-Greener service in Surabaya. This research employed a quantitative approach, with data collected through questionnaires distributed to respondents selected using a non-probability sampling technique with a purposive sampling method. Data analysis was conducted to examine the direct effects among variables as well as the moderating role of Greenwashing. The results indicate that Green Marketing and Gamification Effect have a significant influence on users' Behavioral Intention toward the Go-Greener service. In contrast, Greenwashing was not found to moderated the relationship between Green Marketing and Behavioral Intention, nor the relationship between Gamification Effect and Behavioral Intention. These findings suggest that both Green Marketing and Gamification Effect play important roles in enhancing users' Behavioral Intention, with Gamification Effect demonstrating a more dominant influence. Therefore, companies are encouraged to strengthen the implementation of Green Marketing strategies and optimize Gamification elements to increase user engagement and intention to use the Go-Greener service. This study provides insights for companies in developing sustainable marketing strategies that can foster users' Behavioral Intention toward environmentally friendly services.*

**Keywords:** *Green Marketing, Gamification Effect, Behavioral Intention, Greenwashing.*

## KATA PENGANTAR

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat, apresiasi, dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, atas segala rahmat, karunia, serta pertolongan-Nya yang senantiasa menyertai setiap langkah penulis. Berkat izin, kemudahan, dan kekuatan yang diberikan-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Ibunda terkasih, pemilik doa-doa yang mengantarkan penulis hingga sampai di titik ini. Terima kasih atas kasih sayang yang tidak pernah berkurang, pengorbanan yang tidak pernah diperhitungkan, serta kepercayaan yang selalu Ibunda titipkan dalam setiap langkah penulis. Di balik setiap pencapaian yang diraih, terdapat begitu banyak doa yang dilantikan, harapan yang dijaga, dan ketulusan yang diberikan tanpa meminta balasan. Skripsi ini penulis persembahkan sebagai wujud rasa hormat, cinta, dan terima kasih atas segala hal yang telah Ibunda berikan. Semoga setiap usaha dan pencapaian yang penulis raih dapat menjadi kebahagiaan serta kebanggaan yang senantiasa mengiringi langkah Ibunda.
3. Bapak Dr. Harjo Seputro, S.T., M.T., selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan kesempatan dan dukungan kepada penulis dalam menempuh pendidikan di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Prof. Dr. V. Rudy Handoko, M.S., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan fasilitas, dukungan, serta kesempatan kepada penulis selama menjalani proses pendidikan pada Program Studi Administrasi Bisnis.
5. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M., selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan arahan, dukungan, serta membantu kelancaran proses akademik penulis selama masa perkuliahan.
6. Bapak Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S., selaku Dosen Pembimbing Utama yang dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan, arahan, masukan, serta motivasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas waktu, perhatian, dan ilmu yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
7. Ibu Dra. Awin Mulyati, M.M., yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan akademik penulis sejak awal perkuliahan. Terima kasih atas kepercayaan, dukungan, serta kesempatan yang diberikan kepada penulis

untuk mengikuti berbagai kegiatan dan kompetisi yang telah memperkaya pengalaman, wawasan, serta membentuk kepercayaan diri penulis hingga saat ini.

8. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M., selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pemikiran untuk memberikan bimbingan, masukan, serta arahan yang berharga selama proses penyusunan skripsi. Terima kasih atas kesabaran dan dukungan yang diberikan kepada penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Ibu Dra. Diana Juni Mulyati, M.M., M.S., selaku Dosen Wali yang telah memberikan bimbingan akademik, arahan, serta dukungan kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
10. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P., yang telah memberikan kesempatan, kepercayaan, serta ruang bagi penulis untuk terus belajar, berkembang, dan bertumbuh selama masa perkuliahan.
11. Almarhum Bapak Gaung Perwira Yustika, dosen Program Studi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang senantiasa dikenang atas dedikasi, ketulusan, dan semangatnya dalam mendidik mahasiswa. Terima kasih atas segala ilmu, kebaikan, serta perhatian yang telah diberikan. Sosok Bapak yang selalu ceria, rendah hati, dan penuh kepedulian terhadap mahasiswa akan selalu hidup dalam kenangan penulis. Semoga segala ilmu dan kebaikan yang telah Bapak berikan menjadi amal jariyah yang terus mengalir.

Seluruh rekan mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih atas kebersamaan, bantuan, dukungan, serta pengalaman yang telah dibagikan selama masa perkuliahan. Semoga segala kenangan dan hubungan baik yang terjalin dapat terus terjaga di masa mendatang

Surabaya, 30 Juni 2026

Ani Setiowati

## DAFTAR ISI

|                                                      |             |
|------------------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                           | <b>i</b>    |
| <b>TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>                | <b>ii</b>   |
| <b>TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>                 | <b>iii</b>  |
| <b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>               | <b>iv</b>   |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b> | <b>v</b>    |
| <b>MOTTO .....</b>                                   | <b>vi</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                 | <b>vii</b>  |
| <b><i>ABSTRACT</i> .....</b>                         | <b>viii</b> |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                           | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                             | <b>xiv</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                            | <b>xv</b>   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                         | <b>xvi</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                        | <b>1</b>    |
| 1.1. Latar Belakang .....                            | 1           |
| 1.2. Rumusan Masalah .....                           | 14          |
| 1.3. Tujuan Penelitian.....                          | 15          |
| 1.4. Kegunaan Penelitian.....                        | 15          |
| 1.5. Sistematika Penelitian .....                    | 16          |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>                   | <b>17</b>   |
| 2.1. Penelitian Terdahulu .....                      | 17          |
| 2.2. Landasan Teori.....                             | 23          |
| 2.2.1. Manajemen Pemasaran .....                     | 23          |
| 2.2.2. Strategi Pemasaran .....                      | 25          |
| 2.2.4. Digital marketing .....                       | 26          |
| 2.2.5. Perilaku Konsumen .....                       | 27          |
| 2.2.6. Green Marketing .....                         | 28          |
| 2.2.7. Green Marketing Mix .....                     | 30          |
| 2.2.8. Gamification Effect .....                     | 31          |
| 2.2.9. Behavioral Intention .....                    | 33          |
| 2.2.10. Greenwashing .....                           | 34          |
| 2.3. Definisi Konsep dan Operasional.....            | 36          |
| 2.3.1. Definisi Konsep .....                         | 36          |
| 2.3.2. Definisi Operasional.....                     | 37          |
| 2.4. Pola Hubungan Antar Variabel .....              | 40          |

|                                                                                                                                |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.4.1. Pengaruh Variabel Green Marketing Terhadap Behavioral Intention                                                         | 40        |
| 2.4.2. Pengaruh Variabel Gamification Effect Terhadap Behavioral Intention                                                     | 41        |
| 2.4.3. Pengaruh <i>Greenwashing</i> sebagai variabel moderasi Terhadap Behavioral Intention                                    | 42        |
| 2.4.4. Pengaruh Green Marketing, Gamification Effect, dan Greenwashing sebagai variabel moderasi Terhadap Behavioral Intention | 43        |
| 2.5. Kerangka Pikir                                                                                                            | 43        |
| 2.6. Hipotesis                                                                                                                 | 44        |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>                                                                                           | <b>47</b> |
| 3.1. Rancangan Penelitian                                                                                                      | 47        |
| 3.2. Populasi dan Sampel                                                                                                       | 47        |
| 3.2.1. Populasi                                                                                                                | 47        |
| 3.2.2. Sampel                                                                                                                  | 48        |
| 3.3. Pengukuran dan Instrumen Penelitian                                                                                       | 49        |
| 3.3.1. Skala Pengukuran                                                                                                        | 49        |
| 3.3.2. Instrumen Penelitian                                                                                                    | 50        |
| 3.4. Jenis dan Sumber Data                                                                                                     | 51        |
| 3.4.1. Jenis Data                                                                                                              | 51        |
| 3.4.2. Sumber Data                                                                                                             | 51        |
| 3.5. Teknik Pengumpulan Data                                                                                                   | 52        |
| 3.6. Teknik Analisis Data                                                                                                      | 52        |
| 3.6.1. Uji Asumsi Klasik                                                                                                       | 52        |
| 3.6.2. Regresi Linear Berganda                                                                                                 | 53        |
| 3.6.3. Hipotesis                                                                                                               | 54        |
| <b>BAB IV PENYAJIAN, ANALISA, DAN PEMBAHASAN</b>                                                                               | <b>57</b> |
| 4.1. Penyajian Data                                                                                                            | 57        |
| 4.1.1. Gambaran Objek Penelitian                                                                                               | 57        |
| 4.1.2. Karakteristik Responden                                                                                                 | 59        |
| 4.1.3. Uji Instrumen                                                                                                           | 62        |
| 4.2. Tabulasi Data                                                                                                             | 64        |
| 4.2.1 Tabulasi Data Setiap Variabel                                                                                            | 64        |
| 4.2.2. Analisis Rata-rata Tabulasi Setiap Variabel                                                                             | 78        |
| 4.3. Analisis Data                                                                                                             | 84        |
| 4.3.1 Uji Asumsi Klasik                                                                                                        | 84        |
| 4.3.2. Analisis Regresi Linear Berganda                                                                                        | 89        |

|                                                                                                                                           |            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 4.3.3. Uji Hipotesis.....                                                                                                                 | 93         |
| 4.4. Pembahasan.....                                                                                                                      | 95         |
| 4.4.1 Pengaruh Green Marketing terhadap Behavioral Intention.....                                                                         | 95         |
| 4.4.2 Pengaruh Gamification Effect terhadap Behavioral Intention .....                                                                    | 96         |
| 4.4.3 Pengaruh <i>Greenwashing</i> sebagai Variabel Moderasi antara <i>Green Marketing</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....     | 97         |
| 4.4.4 Pengaruh <i>Greenwashing</i> sebagai Variabel Moderasi antara <i>Gamification Effect</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> ..... | 98         |
| <b>BAB V PENUTUP.....</b>                                                                                                                 | <b>101</b> |
| 5.1. Kesimpulan .....                                                                                                                     | 101        |
| 5.2. Rekomendasi .....                                                                                                                    | 102        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                                                                                               | <b>105</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                                                                                                      | <b>111</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                                        |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. 1 Jumlah Pengguna Ekosistem Go-To dan Go-Greener.....                                         | 12 |
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....                                                                   | 17 |
| Tabel 2. 2 Definisi konsep dan operasional.....                                                        | 38 |
| Tabel 3. 1 Skala Likert .....                                                                          | 49 |
| Tabel 3. 2 Kelas Interval .....                                                                        | 50 |
| Tabel 4. 1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....                                      | 59 |
| Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....                                              | 60 |
| Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status/Pekerjaan .....                                  | 60 |
| Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Layanan<br>Gojek .....             | 61 |
| Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Fitur <i>Go-<br/>Greener</i> ..... | 61 |
| Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas .....                                                                   | 62 |
| Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas .....                                                                | 63 |
| Tabel 4. 8 Tabulasi Data Variabel <i>Green Marketing</i> (X1).....                                     | 64 |
| Tabel 4. 9 Tabulasi Data Variabel <i>Gamification Effect</i> (X2) .....                                | 68 |
| Tabel 4. 10 Tabulasi Data Variabel <i>Behavioral Intention</i> (Y) .....                               | 71 |
| Tabel 4. 11 Tabulasi Data Variabel <i>Greenwashing</i> (Z).....                                        | 74 |
| Tabel 4. 12 Indikator <i>Green Marketing</i> (X1) .....                                                | 78 |
| Tabel 4. 13 Indikator <i>Gamification Effect</i> (X2) .....                                            | 80 |
| Tabel 4. 14 Indikator <i>Behavioral Intention</i> .....                                                | 81 |
| Tabel 4. 15 Indikator <i>Greenwashing</i> (Z).....                                                     | 83 |
| Tabel 4. 16 Uji Normalitas .....                                                                       | 85 |
| Tabel 4. 17 Uji Linearitas Variabel <i>Green Marketing</i> (X1) .....                                  | 86 |
| Tabel 4. 18 Uji Linearitas Variabel <i>Gamification Effect</i> (X2) .....                              | 86 |
| Tabel 4. 19 Uji Linearitas Variabel <i>Greenwashing</i> .....                                          | 87 |
| Tabel 4. 20 Hasil Uji Multikolinearitas .....                                                          | 87 |
| Tabel 4. 21 Hasil Uji Glesjer Heteroskedastisitas .....                                                | 88 |
| Tabel 4. 22 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....                                                     | 89 |
| Tabel 4. 23 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....                                                      | 90 |
| Tabel 4. 24 Hasil Uji Regresi Linear Berganda setelah dimoderasi .....                                 | 91 |
| Tabel 4. 25 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) setelah Dimoderasi.....                                    | 92 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                                                          |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. 1 Timbulan sampah di Indonesia berdasarkan asal limbah .....                                                                   | 1  |
| Gambar 1. 2 Jumlah bencana alam di Indonesia .....                                                                                       | 2  |
| Gambar 1. 3 Alasan konsumen memilih produk berkelanjutan .....                                                                           | 2  |
| Gambar 1. 4 Greenwashing di berbagai sektor .....                                                                                        | 3  |
| Gambar 1. 5 Topik pencarian Greenwashing di Indonesia .....                                                                              | 4  |
| Gambar 1. 6 Negara pengguna transportasi online terbanyak.....                                                                           | 6  |
| Gambar 1. 7 Gojek sebagai transportasi online paling diminati di Indonesia. ....                                                         | 7  |
| Gambar 1. 8 Total unduhan aplikasi transportasi online di Indonesia .....                                                                | 7  |
| Gambar 1. 9 Cara pemesanan GoRide Electric.....                                                                                          | 8  |
| Gambar 1. 10 Servis gratis khusus motor listrik bagi pengemudi ojek online yang<br>diselenggarakan oleh YBM PLN UP3 Surabaya Utara ..... | 9  |
| Gambar 1. 11 Tampilan fitur Daily Check-in Gopay Coins .....                                                                             | 10 |
| Gambar 1. 12 Cara aktivasi pohon kolektif pada program Go-Greener.....                                                                   | 11 |
| Gambar 1. 13 Penanaman pohon Bersama mitra Jejak.in.....                                                                                 | 12 |
| Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir .....                                                                                                      | 44 |
| Gambar 4. 1 Cara akses <i>Go-Greener</i> di aplikasi Gojek .....                                                                         | 57 |
| Gambar 4. 2 Cara akses <i>Go-Greener</i> di aplikasi Gojek .....                                                                         | 58 |
| Gambar 4. 3 Uji Normalitas Data Model P-PLOT.....                                                                                        | 85 |
| Gambar 4. 4 Uji Heteroskedastisitas Model Scatterplot .....                                                                              | 89 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                  |     |
|--------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1 Kuisioner Penelitian.....             | 111 |
| Lampiran 2 Tabulasi Data .....                   | 118 |
| Lampiran 3 Uji Validitas Dan Reliabilitas.....   | 130 |
| Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik.....                | 134 |
| Lampiran 5 Uji Regresi Linier Berganda.....      | 137 |
| Lampiran 6 Uji Hipotesis.....                    | 138 |
| Lampiran 7 Kartu Bimbingan.....                  | 139 |
| Lampiran 8 Surat Keterangan Bebas Lab.....       | 141 |
| Lampiran 9 Surat Keterangan Bebas Turnitin ..... | 142 |
| Lampiran 10 Hasil Turnitin .....                 | 143 |
| Lampiran 11 LOA Publish Jurnal.....              | 144 |
| Lampiran 12 Lembar Revisi .....                  | 145 |