

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
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
BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
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
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	47
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
BAB IV PENYAJIAN, ANALISA, DAN PEMBAHASAN	57
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
BAB V PENUTUP.....	101
5.1. Kesimpulan	101
5.2. Rekomendasi	102
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN.....	111

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 Gojek	61
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Fitur <i>Go- 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 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 Kuisisioner 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