

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Landasan Teori.....	12
1. <i>Green Marketing</i>	12
2. <i>Eco-Friendly Marketing Initiatives (EFMI)</i>	13
3. <i>Green Consumption Value (GCV)</i>	16
4. <i>Pro Enviromental Self Identity (PESI)</i>	18
5. <i>Felt Obligation</i>	21
6. <i>Eco-Conscious Consumer Behavior (ECCB)</i>	23
B. Penelitian Terdahulu	25
C. Hubungan Antar Variabel	27
1. Pengaruh <i>eco-friendly marketing initiatives (EFMI)</i> terhadap <i>Eco-Conscious Consumer Behaviour (ECCB)</i>	27
2. Pengaruh <i>eco-friendly marketing initiatives (EFMI)</i> terhadap <i>Green Consumption Value (GCV)</i>	29
3. Pengaruh <i>Green Consumption Value (GCV)</i> terhadap <i>Eco-Conscious Consumer Behaviour (ECCB)</i>	30

4. Pengaruh <i>eco-friendly marketing initiatives</i> (EFMI) terhadap <i>pro-environmental self-identity</i> (PESI).....	31
5. Pengaruh <i>pro-environmental self-identity</i> (PESI) terhadap <i>Eco-Conscious Consumer Behaviour</i> (ECCB).....	32
6. Pengaruh <i>Green Consumption Value</i> (GCV) memediasi hubungan antara <i>eco-friendly marketing initiatives</i> (EFMI) dan <i>Eco-Conscious Consumer Behaviour</i> (ECCB).....	33
7. Apakah <i>pro-environmental self-identity</i> (PESI) memediasi hubungan antara <i>eco-friendly marketing initiatives</i> (EFMI) dan <i>Eco-Conscious Consumer Behaviour</i> (ECCB) di Greenhost Boutique Hotel Prawirotaman?.35	
8. Apakah <i>Felt Obligation</i> (FO) memoderasi hubungan tidak langsung antara <i>eco-friendly marketing initiatives</i> (EFMI) dan <i>Eco-Conscious Consumer Behaviour</i> (ECCB) melalui <i>Green Consumption Value</i> (GCV) pada konsumen Greenhost Boutique Hotel Prawirotaman?	36
9. Apakah <i>Felt Obligation</i> (FO) memoderasi hubungan tidak langsung antara <i>eco-friendly marketing initiatives</i> (EFMI) dan <i>Eco-Conscious Consumer Behaviour</i> (ECCB) melalui <i>pro-environmental self-identity</i> (PESI) pada konsumen Greenhost Boutique Hotel Prawirotaman?.....	38
D. Kerangka Konseptual	39
E. Hipotesis Penelitian.....	40
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Rancangan Penelitian	43
1. Jenis Penelitian.....	43
B. Objek dan Waktu Penelitian.....	43
1. Objek Penelitian	43
2. Waktu Penelitian	44
C. Populasi	44
D. Sample dan Teknik Sampling	44
1. Sampling	44
2. Teknik Sampling	45
E. Besaran Sampel.....	45
F. Jenis Data Penelitian	46
G. Prosedur Pengambilan Data	47
H. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	48
1. Variabel Independen	48
2. Variabel Dependen.....	48

3. Variabel Moderasi	48
4. Variabel Mediasi	49
I. Definisi Operasional Variabel Penelitian	49
1. Uji Validitas	52
2. Uji Reliabilitas	54
J. Skala Pengukuran Variabel	55
K. Uji Instrumen Penelitian	58
1. Uji Validitas	58
2. Uji Reliabilitas	62
L. Teknik Analisis Data	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	67
A. Hasil Penelitian	67
B. Pembahasan.....	103
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	107
A. Kesimpulan.....	107
B. Saran	108
DAFTAR PUSTAKA.....	110
LAMPIRAN.....	116