

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Kegunaan Penelitian	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	18
2.1.1 <i>Green Marketing</i>	18
2.1.1.1 Pengertian <i>Marketing</i>	18
2.1.1.2 Konsep Kegiatan <i>Marketing</i>	21
2.1.1.3 Konsep Pemasaran Hotel.....	25
2.1.1.4 Konsep <i>Green Marketing</i>	29
2.1.1.5 Definisi <i>Green Marketing</i>	33
2.1.1.6 Dimensi <i>Green Marketing</i>	36
2.1.2 <i>Green Consumer Behavior</i>	37
2.1.2.1 Perilaku Konsumen	37
2.1.2.2 Faktor-Faktor Perilaku Konsumen.....	39
2.1.2.3 Konsep <i>Green Consumer Behavior</i>	41
2.1.2.4 Dimensi <i>Green Consumer Behavior</i>	45
2.1.3 Pengaruh <i>Green Marketing</i> Terhadap <i>Green Consumer Behavior</i>	46
2.1.4 Orisinalitas Penelitian	49

2.2	Kerangka Pemikiran	51
2.3	Hipotesis	60
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN		
3.1	Objek Penelitian	63
3.2	Metode Penelitian	64
3.2.1	Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan	64
3.2.2	Operasionalisasi Variabel	65
3.2.3	Jenis dan Sumber Data	70
3.2.4	Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	72
3.2.4.1	Populasi	72
3.2.4.2	Sampel	73
3.2.4.3	Teknik Sampling	75
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data	77
3.2.6	Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	79
3.2.6.1	Hasil Pengujian Validitas	80
3.2.6.2	Hasil Pengujian Reliabilitas	87
3.2.7	Rancangan Analisis Data	90
3.2.7.1	Rancangan Analisis Data Deskriptif	90
3.2.7.2	Pengujian Hipotesis	93
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Profil Perusahaan dan Tamu Hotel.....	101
4.1.1	Profil Perusahaan	101
4.1.1.1	Identitas Perusahaan	101
4.1.1.2	Sejarah Singkat Hotel Shangri-La Jakarta.....	102
4.1.1.3	Produk dan Jasa yang Ditawarkan	103
4.1.1.4	<i>Sales & Marketing Department</i> Hotel Shangri-La Jakarta	107
4.1.2	Profil Tamu Hotel Shangri-La Jakarta	108
4.1.2.1	Tipe Tamu yang Menginap di Hotel Shangri-La Jakarta Berdasarkan Tujuan Menginap	108
4.1.2.2	Tipe Tamu yang Menginap di Hotel Shangri-La Jakarta Berdasarkan Jenis Kelamin.....	111

4.1.2.3 Tipe Tamu yang Menginap di Hotel Shangri-La Jakarta Berdasarkan Usia	112
4.1.2.4 Tipe Tamu Hotel Shangri-La Jakarta Berdasarkan Pekerjaan dan Pendidikan.....	114
4.1.2.5 Tipe Tamu Hotel Shangri-La Jakarta Berdasarkan Rata-rata Pendapatan.....	116
4.1.2.6 Alasan Tamu Memilih Hotel Shangri-La Jakarta	118
4.2 Pelaksanaan Program <i>Green Marketing</i> Hotel Shangri-La Jakarta	119
4.2.1 Program <i>Green Value-Addition Process</i> Hotel Shangri-La Jakarta...	121
4.2.2 Program <i>Green Management Systems</i> Hotel Shangri-La Jakarta.....	123
4.2.3 Program <i>Green Products</i> Hotel Shangri-La Jakarta.....	127
4.2.4 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Tamu Terhadap Pelaksanaan <i>Green Marketing</i> Hotel Shangri-La Jakarta.....	129
4.3 Pelaksanaan <i>Green Consumer Behavior</i> Hotel Shangri-La Jakarta.....	131
4.3.1 <i>Green Consumer Behavior</i> Berdasarkan pada <i>Visiting Green Hotel</i> di Hotel Shangri-La Jakarta.....	132
4.3.2 <i>Green Consumer Behavior</i> Berdasarkan pada <i>Positive Word of Mouth</i> di Hotel Shangri-La Jakarta.....	134
4.3.3 <i>Green Consumer Behavior</i> Berdasarkan pada <i>Willingness To Pay More</i> di Hotel Shangri-La Jakarta.....	135
4.3.4 Rekapitulasi Tanggapan Tamu Mengenai <i>Green Consumer Behavior</i> Hotel Shangri-La Jakarta.....	136
4.4 Pengaruh Program <i>Green Marketing</i> di Hotel Shangri-La Jakarta Terhadap <i>Green Consumer Behavior</i>	137
4.5 Implikasi Hasil Temuan Penelitian.....	144
4.5.1 Temuan yang Bersifat Teoritik.....	144
4.5.2 Temuan yang Bersifat Empirik.....	146

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
5.1 Kesimpulan.....	148
5.2 Rekomendasi.....	149
DAFTAR PUSTAKA	152
LAMPIRAN	154

DAFTAR TABEL

No Tabel	Judul	Hal
1.1	Jumlah Akomodasi di Jakarta Tahun 2007 – 2011.....	4
1.2	Hotel Bintang Lima di Jakarta.....	6
1.3	ASEAN <i>Green Hotel Award</i> di Indonesia Tahun 2010-2011.....	8
1.4	Konsumen Hotel yang Ramah Lingkungan dalam Survei Pilihan	11
2.1	Definisi <i>Green Marketing</i> Menurut Para Ahli.....	34
2.2	<i>Resume</i> Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian.....	49
3.1	Operasionalisasi Variabel.....	66
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	72
3.3	Teknik Pengumpulan Data dikaitkan dengan Tujuan Penelitian.....	79
3.4	Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	81
3.5	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	82
3.6	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	90
4.1	Karakteristik Tujuan Tamu Menginap di Hotel Shangri-La Jakarta.....	110
4.2	Keterkaitan Antara Tipe Tamu Hotel Shangri-La Jakarta dengan Jenis Kelamin	111
4.3	Keterkaitan Antara Tujuan Tamu Menginap dengan Usia di Hotel Shangri-La Jakarta.....	113
4.4	Keterkaitan Antara Tipe Tamu dengan Pekerjaan dan Pendidikan.....	115
4.5	Keterkaitan Antara Tipe Tamu dengan Rata-rata Pendapatan.....	117
4.6	Bentuk <i>Green Marketing</i> di Hotel Shangri-La Jakarta.....	119
4.7	<i>Green Value-Addition Process</i> Dalam Program <i>Green Marketing</i>	

	Hotel Shangri-La Jakarta.....	122
4.8	<i>Green Management Systems</i> Dalam Program <i>Green Marketing</i> Hotel Shangri-La Jakarta.....	123
4.9	<i>Green Products</i> Dalam Program <i>Green Marketing</i> Hotel Shangri-La Jakarta.....	127
4.10	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Tamu Terhadap <i>Green Marketing</i>	129
4.11	<i>Green Consumer Behavior</i> Berdasarkan <i>Visiting Green Hotel</i> Di Hotel Shangri-La Jakarta.....	132
4.12	<i>Green Consumer Behavior</i> Berdasarkan <i>Positive Word Of Mouth</i> Di Hotel Shangri-La Jakarta.....	134
4.13	<i>Green Consumer Behavior</i> Berdasarkan <i>Willingness To Pay More</i> Di Hotel Shangri-La Jakarta.....	136
4.14	Rekapitulasi <i>Green Consumer Behavior</i> Hotel Shangri-La Jakarta.....	137
4.15	Matriks Korelasi Antar Sub Variabel Sub <i>Green Marketing</i> Dengan <i>Green Consumer Behavior</i>	139
4.16	Uji Keseluruhan / Simultan (Uji F).....	141
4.17	Hasil Pengujian Koefisien Jalur Pengaruh <i>Green Marketing</i> Di Hotel Shangri-La Jakarta Terhadap <i>Green Consumer Behavior</i>	142

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul	Hal
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	59
Gambar 2.2	Paradigma Penelitian Pengaruh <i>Green Marketing</i> Terhadap <i>Green Consumer Behavior</i>	60
Gambar 3.1	Struktur Kausal Antara X dan Y.....	94
Gambar 3.2	Diagram Jalur Hipotesis	95
Gambar 3.3	Jalur Sub Struktur Hipotesis	96
Gambar 4.1	Karakteristik Tujuan Tamu Menginap di Hotel Shangri-La Jakarta..	110
Gambar 4.2	Tujuan Menginap dan Jenis Kelamin Tamu di Hotel Shangri-La Jakarta	112
Gambar 4.3	Tujuan Menginap dan Usia Tamu di Hotel Shangri-La Jakarta	114
Gambar 4.4	Pekerjaan dan Pendidikan Tamu Hotel Shangri-La Jakarta.....	116
Gambar 4.5	Alasan Tamu Memilih Hotel Shangri-La Jakarta.....	118
Gambar 4.6	Jalur Sub Variabel.....	138
Gambar 4.7	Korelasi antar Sub-Variabel.....	143