

## Trust among millennial generation domestic travelers in staying at eco-friendly hotels

### Kepercayaan wisatawan domestik generasi milenial terhadap niat menginap hotel ramah lingkungan

Mayang Fitri Anggani<sup>1</sup>, I Gusti Agung Febrianto<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Pengelolaan Perhotelan, Politeknik Pariwisata NHI Bandung, Bandung, Indonesia

<sup>2</sup>Program Studi Tata Hidang, Politeknik Pariwisata Bali, Bali, Indonesia

---

#### ARTICLE INFO

---

**Keywords:**

belief; intention to stay; millennial generation

---

**Katakunci:**

generasi milenial; kepercayaan; niat menginap

---

**DOI:**

<https://doi.org/10.26905/jpp.v9i2.14123>

---

**Corresponding Author:**

I Gusti Agung Febrianto  
[igustiagung.febrianto@gmail.com](mailto:igustiagung.febrianto@gmail.com)

#### ABSTRACT

Millennials are known as a group with high sensitivity to social and environmental issues. Tourists' trust in eco-friendly hotels refers to the belief that such hotels consistently implement environmentally oriented policies and actions, such as efficient resource management and minimizing negative environmental impacts. Consumer trust encompasses their perception of the hotel's commitment to implementing genuine sustainable practices, rather than merely engaging in greenwashing. The intention to stay at an eco-friendly hotel is not only influenced by individual preferences but also by the extent to which tourists believe that the hotel can meet their expectations. This study aims to investigate the trust of domestic millennial tourists in relation to their intention to stay at eco-friendly hotels. The research employs a descriptive quantitative method, with data collected through a questionnaire targeting 100 domestic millennial tourists. The results indicate that millennial tourists have a high level of trust in eco-friendly hotels. Domestic millennial tourists believe that eco-friendly hotels offer high value and quality, as well as sustainable benefits. Their intention to stay at these hotels is also very strong, signifying that their high intention reflects a concern for hotels that support sustainability and environmental benefits.

#### HOW TO CITE ITEM

Djalle, A. N. F., Soi, A. B., & Putra, A. P. (2025). Educational Tourism Potential for Sustainable Tourism. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 9(2). Retrieved from <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jpp/article/view/13577>

#### ABSTRAK

Generasi milenial dikenal sebagai kelompok yang memiliki kepekaan tinggi terhadap isu-isu sosial dan lingkungan. Kepercayaan wisatawan terhadap hotel ramah lingkungan adalah keyakinan bahwa hotel tersebut secara konsisten menerapkan kebijakan dan tindakan yang berorientasi pada pelestarian lingkungan, seperti pengelolaan sumber daya secara efisien dan pengurangan dampak negatif terhadap lingkungan. Kepercayaan konsumen mencakup persepsi mereka terhadap komitmen hotel dalam menerapkan praktik-praktik berkelanjutan yang nyata dan bukan sekadar upaya pemasaran hijau. Niat untuk menginap di hotel ramah lingkungan tidak hanya dipengaruhi oleh preferensi individu, tetapi juga oleh sejauh mana wisatawan mempercayai bahwa hotel tersebut dapat memenuhi ekspektasi mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepercayaan wisatawan domestik milenial terhadap niat menginap di hotel ramah lingkungan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner yang berfokus kepada wisatawan domestik generasi milenial sebanyak 100 orang responden. Hasil penelitian ini menunjukkan wisatawan milenial sangat memiliki kepercayaan tinggi terhadap hotel ramah lingkungan. Wisatawan domestik generasi milenial mempercayai bahwa hotel ramah lingkungan memiliki nilai dan kualitas yang tinggi dan

memiliki kebermanfaatan yang keberlanjutan. Niat wisatawan domestik generasi milenial juga sangat tinggi hal ini memiliki arti bahwa niat yang tinggi menunjukkan rasa peduli terhadap hotel ramah lingkungan yang mendukung keberlanjutan dan kebermanfaatan terhadap lingkungan.

---

## PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memberikan kontribusi yang sangat signifikan terhadap perekonomian global, termasuk di Indonesia (Aliansyah dan Hermawan, 2019). Beberapa tahun terakhir, terdapat peningkatan kesadaran akan pentingnya pariwisata yang berkelanjutan dan ramah lingkungan. Seiring dengan itu, muncul tren baru di kalangan wisatawan, terutama generasi milenial, yang lebih peduli terhadap isu-isu lingkungan dalam memilih akomodasi selama berwisata. Menurut Sheraz, et.al (2021), D'Saouza et.al (2020) menjelaskan kesadaran akan lingkungan mendorong konsumwn untuk berupaya membeli produk ramah lingkungan dan mereka bersedia membayar lebih terhadap produk serta layanan tersebut. Menurut Garikapati et al. (2016), generasi milenial terdiri dari individu yang berusia antara 23 tahun dan 44 tahun, mencakup mereka yang lahir antara tahun 1979 dan 2000.

Data dari Pew Research Center (2015), menunjukkan bahwa generasi milenial merupakan kelompok demografi yang sangat signifikan dan berdampak besar dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Dalam konteks Amerika Serikat, data Pew Research Center menggarisbawahi besarnya pengaruh generasi milenial terhadap berbagai aspek sosial dan ekonomi. Di Indonesia, data dari BPS – Badan Pusat Statistik pada tahun 2019 menunjukkan bahwa populasi milenial mencapai 38,56% dari total populasi, dengan kelompok usia 20-44 tahun. Di Bali, jumlah generasi milenial mencapai sekitar 1.653.500 jiwa, menandakan kehadiran mereka yang signifikan dalam konteks regional. Dominasi generasi milenial dalam aktivitas pariwisata sangat penting untuk dicatat. Generasi ini tidak hanya memiliki kekuatan beli yang besar tetapi juga menunjukkan preferensi yang unik dalam pilihan destinasi dan jenis aktivitas wisata. Kecenderungan mereka untuk memilih destinasi yang menawarkan pengalaman yang berkelanjutan, inovatif, dan berorientasi pada teknologi mencerminkan perubahan besar dalam industri pariwisata. Keberadaan mereka menjadi faktor kunci dalam pergeseran tren pariwisata, dengan banyak pelaku industri pariwisata berupaya untuk memenuhi kebutuhan dan harapan khusus generasi milenial untuk memastikan keterlibatan dan kepuasan mereka.

Generasi milenial dikenal sebagai kelompok yang memiliki kepekaan tinggi terhadap isu-isu sosial dan lingkungan (Ogiemwonyi, 2022). Mereka cenderung memilih produk dan layanan yang sejalan dengan nilai-nilai keberlanjutan, termasuk dalam hal pemilihan hotel. Hal ini memberikan peluang besar bagi industri perhotelan untuk bertransformasi menjadi lebih ramah lingkungan guna menarik segmen pasar ini. Sharmin et.al (2020), Gao (2022) menjelaskan perhatian terhadap keberlanjutan lingkungan semakin menjadi pertimbangan utama bagi generasi milenial dalam memilih destinasi wisata dan akomodasi. Mereka tidak hanya mencari pengalaman wisata yang menyenangkan tetapi juga memastikan bahwa pilihan mereka tidak merugikan lingkungan. Tren ini mendorong hotel-hotel untuk mengadopsi konsep ramah lingkungan sebagai bagian dari strategi bisnis mereka untuk menarik wisatawan dari generasi ini.

Kepercayaan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam mengambil sebuah keputusan, termasuk pemilihan sebuah hotel. Menurut Chen et.al (2019) menjelaskan bahwa konteks hotel ramah lingkungan, kepercayaan konsumen mencakup persepsi mereka terhadap komitmen hotel dalam menerapkan praktik-praktik berkelanjutan yang nyata dan bukan sekadar upaya pemasaran hijau (greenwashing). Kepercayaan ini mencakup beberapa elemen, meliputi keandalan yaitu keyakinan bahwa hotel benar-benar menerapkan praktik ramah lingkungan sesuai dengan klaim yang disampaikan. Integritas yaitu kepercayaan bahwa hotel beroperasi dengan kejujuran dan transparansi dalam upaya keberlanjutan. Kepedulian yaitu perasaan bahwa hotel peduli terhadap dampak lingkungan dan sosial dari operasional mereka, serta terhadap kesejahteraan pelanggan dan komunitas lokal. Kepercayaan wisatawan terhadap hotel ramah lingkungan memainkan peran penting dalam membentuk niat mereka untuk menginap. Kepercayaan ini dibangun melalui persepsi bahwa hotel tersebut benar-benar menerapkan praktik ramah lingkungan, bukan sekadar klaim pemasaran. Generasi milenial, yang seringkali lebih skeptis terhadap upaya greenwashing, cenderung memilih hotel yang mereka percayai memiliki komitmen nyata terhadap kelestarian lingkungan (Mabkhot, 2024). Oleh karena itu, membangun dan mempertahankan kepercayaan wisatawan menjadi tantangan sekaligus peluang bagi hotel-hotel ramah lingkungan.

Bagi generasi milenial, elemen-elemen ini sangat penting dalam menentukan apakah mereka akan memilih menginap di suatu hotel. Kepercayaan terhadap hotel yang ramah lingkungan dapat mempengaruhi niat mereka untuk menginap, baik itu dalam kunjungan pertama maupun untuk kunjungan ulang. Namun, meskipun kesadaran akan pentingnya hotel ramah lingkungan semakin meningkat, masih terdapat tantangan dalam memahami sejauh mana kepercayaan wisatawan domestik, khususnya generasi milenial, mempengaruhi niat mereka untuk menginap di hotel-hotel tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh kepercayaan wisatawan domestik generasi milenial terhadap niat mereka menginap di hotel ramah lingkungan.

Menurut Han, Hsu, dan Lee (2009) kepercayaan wisatawan terhadap hotel ramah lingkungan adalah keyakinan bahwa hotel tersebut secara konsisten menerapkan kebijakan dan tindakan yang berorientasi pada pelestarian lingkungan, seperti pengelolaan sumber daya secara efisien dan pengurangan dampak negatif terhadap lingkungan. Kepercayaan ini memengaruhi niat wisatawan untuk memilih dan menginap di hotel ramah lingkungan. Chen dan Tung (2014) mendefinisikan kepercayaan wisatawan terhadap hotel ramah lingkungan sebagai keyakinan bahwa hotel tersebut memiliki niat baik dan kemampuan untuk menjaga lingkungan melalui kebijakan dan praktik ramah lingkungan yang nyata. Wisatawan percaya bahwa hotel ini bukan hanya mengiklankan citra hijau untuk menarik pelanggan tetapi benar-benar berkomitmen pada keberlanjutan. Kepercayaan ini didukung oleh faktor-faktor seperti sertifikasi lingkungan, bukti tindakan nyata, dan ulasan positif. Rahman dan Reynolds (2016) mengemukakan bahwa kepercayaan wisatawan terhadap hotel ramah lingkungan merupakan keyakinan yang timbul ketika wisatawan percaya bahwa hotel tidak hanya mematuhi standar lingkungan yang ditetapkan, tetapi juga memiliki komitmen jangka panjang untuk mengurangi dampak lingkungan negatif melalui kebijakan ramah lingkungan, seperti penghematan energi dan penggunaan sumber daya berkelanjutan. Menurut Wang et.al (2020) menjelaskan bahwa kesadaran dan keyakinan konsumen terhadap lingkungan dapat mempengaruhi pemilihan hotel ramah lingkungan.

Niat menginap adalah keinginan atau kecenderungan seseorang untuk memilih suatu akomodasi. Dalam konteks hotel ramah lingkungan, niat ini tidak hanya dipengaruhi oleh faktor-faktor konvensional seperti harga, kenyamanan, dan lokasi, tetapi juga oleh persepsi konsumen terhadap upaya keberlanjutan hotel tersebut. Fishbein dan Ajzen dalam Salbiyah (2020) menjelaskan bahwa niat merupakan sejauh mana kemungkinan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu atau kesediaannya dalam menjalankan perilaku tersebut. Niat ini merupakan komponen penting dalam proses pengambilan keputusan, di mana individu mempertimbangkan berbagai faktor sebelum memutuskan untuk bertindak. Dalam teorinya, niat dianggap sebagai prediktor utama dari perilaku yang akan dilakukan. Blackwell dalam Wu dan Chen (2014:122) mengusulkan bahwa terdapat lima konstruksi utama yang digunakan untuk mengukur niat seseorang, yaitu: (1) niat beli, yang mengukur kemungkinan seseorang untuk membeli produk atau layanan tertentu; (2) niat pembelian kembali, yang mencerminkan kecenderungan individu untuk kembali membeli produk yang sama; (3) niat penelitian, yang terkait dengan niat seseorang untuk mencari informasi lebih lanjut tentang produk atau layanan sebelum mengambil keputusan; (4) niat belanja, yang berhubungan dengan dorongan individu untuk melakukan aktivitas belanja dalam konteks yang lebih umum; dan (5) niat konsumsi, yang menggambarkan kecenderungan seseorang untuk mengonsumsi barang atau jasa berdasarkan preferensi pribadi.

Niat juga dipengaruhi oleh kondisi emosional, sosial, dan kognitif individu, yang semuanya dapat mempengaruhi kehendak untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu. Fleksibilitas niat ini menunjukkan bahwa ia merupakan elemen dinamis dalam proses pengambilan keputusan, di mana perubahan dalam sikap, persepsi risiko, atau pengalaman baru dapat mempengaruhi keputusan akhir individu. Terjadi perbedaan yang signifikan antara sikap pembelian ramah lingkungan dan niat berperilaku ramah lingkungan yang dipengaruhi oleh pria dan wanita. Febriasari dan Dharmmesta (2019), Fauzi et.al (2024) menjelaskan niat untuk menginap di hotel ramah lingkungan tidak hanya dipengaruhi oleh preferensi individu, tetapi juga oleh sejauh mana wisatawan mempercayai bahwa hotel tersebut dapat memenuhi ekspektasi mereka.

Kepercayaan ini mencakup aspek-aspek seperti konsistensi dalam pelaksanaan praktik berkelanjutan, transparansi dalam operasional, serta pengalaman positif dari wisatawan lain. Ketika kepercayaan terhadap hotel meningkat, niat wisatawan milenial untuk menginap di hotel tersebut juga cenderung meningkat (Wang et.al, 2020). Menurut Jaitley et al., (2023), Pandey & Yadav (2023) menjelaskan generasi milenial memiliki niat positif untuk memilih hotel ramah lingkungan. Hal ini sejalan dengan penelitian dilakukan oleh (Firda Anis, 2022) dan menunjukkan bahwa variabel konsep hotel ramah lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menginap wisatawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel konsep hotel ramah lingkungan yang pengaruhnya paling dominan terhadap niat menginap wisatawan. Selain itu penelitian yang dilakukan (Wu et al., 2024) nilai emosional dan norma subyektif juga secara positif mempengaruhi niat kunjungan; dan nilai sosial mengungkapkan sifat yang berbeda dari perilaku konsumsi ramah lingkungan.

Niat menginap di hotel ramah lingkungan adalah keinginan wisatawan untuk mendukung dan menginap di hotel yang memiliki komitmen terhadap lingkungan. Wisatawan yang memiliki niat ini cenderung menunjukkan kesadaran tinggi terhadap dampak lingkungan dan memilih hotel yang memiliki praktik ramah lingkungan sebagai bagian dari tanggung jawab sosial mereka (Rahman dan Reynolds, 2016). Teng, Wu, dan Liu (2015) mendefinisikan niat menginap di hotel ramah lingkungan sebagai niat wisatawan untuk memilih hotel yang mengadopsi praktik ramah lingkungan karena motivasi altruistik atau karena adanya norma sosial yang mendorong mereka untuk bertindak secara pro-lingkungan. Niat ini dipengaruhi oleh keyakinan bahwa tindakan mereka akan berkontribusi pada pelestarian lingkungan. Niat menginap di hotel ramah lingkungan adalah kecenderungan atau keinginan wisatawan untuk memilih hotel yang menerapkan praktik-praktik keberlanjutan. Niat ini dipengaruhi oleh sikap wisatawan terhadap lingkungan, kesadaran akan keberlanjutan, norma sosial, dan kepercayaan pada komitmen hotel terhadap praktik ramah lingkungan. Berbagai faktor psikologis dan sosial,

seperti norma subjektif dan kontrol perilaku yang dipersepsikan, juga turut memengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih hotel ramah lingkungan.

Berbagai studi telah menunjukkan bahwa kepercayaan adalah faktor penting dalam keputusan konsumen, termasuk dalam konteks pariwisata. Penelitian yang dilakukan oleh Sadiq et.al (2021) mengungkapkan bahwa konsumen yang menyatakan keinginannya bersedia mengunjungi hotel ramah lingkungan memiliki perilaku tidak mencerminkan hal tersebut. Namun, penelitian akan mengeksplorasi kepercayaan wisatawan domestik generasi milenial terhadap niat menginap di hotel ramah lingkungan masih terbatas. Kesenjangan ini menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut untuk memahami dinamika yang mendasari keputusan wisatawan milenial, yang dapat memberikan wawasan berharga bagi pengelola hotel dan pemangku kepentingan lainnya dalam industri pariwisata. Penelitian ini penting untuk membantu hotel ramah lingkungan memahami bagaimana membangun kepercayaan yang kuat di kalangan wisatawan milenial, serta bagaimana kepercayaan tersebut mempengaruhi niat menginap. Dengan memahami hubungan ini, hotel dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam menarik wisatawan domestik generasi milenial, sekaligus mendukung tujuan keberlanjutan yang lebih luas. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi pada literatur akademis dan praktis di bidang pariwisata berkelanjutan.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif yang menurut Darwin (2021:25) merupakan paradigma positivisme dan bersifat tetap sehingga dapat mendapatkan kesamaan hasil dari penelitian. Peneliti ini bertujuan untuk memahami pengaruh kepercayaan wisatawan domestik generasi milenial terhadap niat mereka menginap di hotel ramah lingkungan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu metode yang diterapkan untuk mengkaji populasi dan sampel tertentu dengan memanfaatkan instrumen penelitian sebagai alat pengumpul data. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan, berdasarkan filsafat positivisme (Sugiyono, 2017:35-36). Sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2013:62), populasi dalam penelitian ini adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek dengan kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam konteks penelitian ini, populasi terdiri dari wisatawan domestik generasi milenial yang memiliki pengalaman atau potensi untuk menginap di hotel ramah lingkungan. Sampel, sebagaimana didefinisikan oleh Sugiyono (2013:63), adalah bagian dari populasi yang dipilih secara representatif untuk dianalisis lebih lanjut. Sampel ini harus mencerminkan karakteristik yang ada dalam populasi secara keseluruhan, agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dengan tepat.

Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan melalui teknik tertentu yang mempertimbangkan karakteristik demografis, seperti usia, latar belakang pendidikan, dan pengalaman menginap di hotel ramah lingkungan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berfokus pada pengukuran numerik, tetapi juga memastikan bahwa data yang dikumpulkan dapat memberikan gambaran yang valid dan reliabel mengenai pengaruh kepercayaan wisatawan terhadap niat mereka dalam memilih hotel ramah lingkungan. Penelitian ini melibatkan 100 orang responden yang merupakan wisatawan domestik dari generasi milenial, yaitu mereka yang lahir antara tahun 1979 hingga 2000. Pemilihan generasi milenial sebagai subjek penelitian didasarkan pada karakteristik mereka yang cenderung lebih peduli terhadap isu-isu lingkungan dibandingkan dengan generasi lainnya. Responden dipilih menggunakan teknik purposive sampling, di mana hanya individu yang sesuai dengan kriteria tertentu, seperti usia dan pengalaman menginap di hotel ramah lingkungan, yang diikutsertakan dalam penelitian ini. Dengan demikian, sampel yang dipilih diharapkan dapat mewakili karakteristik populasi generasi milenial di Indonesia. Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung dan secara daring dengan menyebarkan kuesioner secara digital sesuai dengan penelitan yang dilakukan oleh Wang et.al (2023). Apabila data sudah terkumpul akan dilanjutkan dengan menganalisis dengan metode deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif kualitatif menggambarkan karakteristik dari responden yang terlihat dari pola jawaban terhadap pernyataan-pernyataan dari kuesioner yang didapatkan. Melalui analisis ini, peneliti dapat mengidentifikasi tren umum dalam data, seperti tingkat kepercayaan yang dimiliki responden terhadap hotel ramah lingkungan dan sejauh mana kepercayaan tersebut memengaruhi niat mereka untuk menginap di hotel tersebut.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden wisatawan domestik generasi milenial. Karakteristik responden dijelaskan berdasarkan jenis kelamin, usia, profesi, dan pendidikan terakhir. Dari segi jenis kelamin, terdapat 53% responden perempuan dan 47% responden laki-laki, menunjukkan bahwa perempuan lebih dominan dalam hal kepercayaan terhadap hotel ramah lingkungan di antara wisatawan domestik generasi milenial. Dari segi usia, mayoritas responden berusia antara 23-28 tahun, dengan persentase 39%, menandakan bahwa generasi milenial yang lebih muda cenderung memiliki niat untuk menginap di hotel ramah lingkungan. Rentang usia berikutnya yang signifikan adalah 29-34 tahun, yang mencakup 31% dari responden, menunjukkan bahwa sebagian besar juga berasal dari kelompok usia ini. Selanjutnya, berdasarkan profesi, sebagian besar responden berasal dari latar belakang sebagai karyawan. Data

menunjukkan bahwa 50 orang responden, atau 50% dari total, memiliki profesi sebagai karyawan. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan domestik dari generasi milenial yang bekerja sebagai karyawan memiliki kecenderungan untuk memilih menginap di hotel ramah lingkungan, mencerminkan kepercayaan mereka terhadap keberlanjutan dalam pilihan akomodasi. Banyaknya responden yang memiliki status sebagai karyawan menunjukkan bahwa kebutuhan mereka untuk melaksanakan perjalanan wisata cukup tinggi dengan kata lain, dapat menentukan pilihan untuk memilih hotel ramah lingkungan. Responden yang mengisi angket pada penelitian ini dominan memiliki pendidikan terakhir sarjana sebanyak 49 orang dengan persentase 49 % yang menunjukkan bahwa kalangan sarjana mendominasi kepercayaan wisatawan domestik generasi milenial terhadap niat menginap di hotel ramah lingkungan.

**Tabel 1.** Alternatif Jawaban Dengan Skala Likert

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1. Sangat Setuju	4,20 – 5,00
2. Setuju	3,40 - 4,19
3. Netral	2,60 - 3,39
4. Tidak Setuju	1,80 - 2,59
5. Sangat Tidak Setuju	1,00 - 1,79

Sumber: Sugiyono (2015)

Berdasar pada analisis dan statistik yang dideskripsikan hasil jawaban responden terhadap pernyataan pada 100 lembar kuesioner. Jawaban dari responden untuk setiap variabel penelitian akan memberikan pemahaman yang mendalam tentang setiap aspek yang dikaji. Skala Likert diterapkan untuk menilai sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial. Setiap item dalam instrumen yang menggunakan skala Likert memiliki rentang dari sangat positif hingga sangat negatif (Sugiyono, 2015: 168). Alternatif jawaban dalam skala Likert melibatkan pemberian skor pada berbagai pilihan jawaban, yang memungkinkan penilaian intensitas sikap atau persepsi responden secara lebih detail pada tabel 1.

Menurut Sugiyono (2015: 86), untuk menentukan panjang kelas interval dalam analisis data kuantitatif, digunakan rumus tertentu yang dirancang untuk membagi rentang nilai data ke dalam interval yang sesuai. Rumus ini membantu peneliti dalam mengelompokkan data menjadi kelas-kelas yang memudahkan analisis statistik. Secara umum, panjang kelas interval dapat dihitung dengan cara mengurangi nilai maksimum dari nilai minimum, kemudian membagi hasilnya dengan jumlah kelas yang diinginkan. Rumus tersebut dirancang untuk memastikan bahwa setiap interval memiliki rentang yang konsisten, yang pada gilirannya memfasilitasi pemahaman dan interpretasi data yang lebih baik. Rumus spesifik yang digunakan dalam konteks ini adalah:

$$\begin{aligned} \text{Nilai tertinggi} & : 5 \\ \text{Nilai terendah} & : 1 \\ \text{Range} & : 5-1 = 4 \\ \text{Panjang interval dihitung dengan rumus:} \\ C = R/K + 4/5 & = 0,8 \\ \text{Keterangan:} \\ C & = \text{Kelas Interval} \\ R & = \text{Range} \\ K & = \text{Jumlah Klasifikasi} \end{aligned}$$

### Penilaian Responden Terhadap Variabel Kepercayaan Wisatawan

Pada Tabel 2 menampilkan penilaian responden mengenai kepercayaan wisatawan domestik generasi milenial terhadap hotel ramah lingkungan. Hasil analisis menunjukkan bahwa setiap item pernyataan memiliki nilai rata-rata yang konsisten, yaitu sebesar 4,7.

**Tabel 2.** Nilai Rata-Rata Mengenai Kepercayaan Wisatawan

No	Item Pernyataan	Jawaban Responden					Total Skor	Rata-rata
		SS	S	N	ST	STS		
		5	4	3	2	1		
1	Saya percaya bahwa hotel ramah lingkungan memiliki nilai	71	28	1	0	0	470	4,7
2	Saya percaya bahwa hotel ramah lingkungan memiliki kualitas	72	26	2	0	0	470	4,7
	<b>Total</b>	<b>148</b>	<b>58</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>940</b>	<b>9,4</b>
	<b>Rata-rata</b>							<b>4,70</b>

Sumber: Data Primer, Hasil Olahan Data (2024)

Keterangan: SS (Sangat Setuju), S (Setuju), RR (Ragu-Ragu), TS (Tidak Setuju), dan STS (Sangat Tidak Setuju).

Nilai rata-rata yang tinggi ini secara empiris mengindikasikan bahwa wisatawan domestik dari generasi milenial memiliki tingkat kepercayaan yang kuat terhadap nilai dan kualitas hotel ramah lingkungan. Kepercayaan yang tinggi ini mencerminkan sikap positif generasi milenial terhadap komitmen lingkungan yang ditawarkan oleh hotel-hotel tersebut. Generasi milenial menunjukkan kepedulian yang signifikan terhadap aspek keberlanjutan dalam aktivitas berwisata mereka, memilih untuk mendukung hotel-hotel yang menerapkan praktek ramah lingkungan. Ini juga menunjukkan bahwa generasi ini tidak hanya mempertimbangkan faktor kenyamanan atau harga, tetapi juga sangat memperhatikan dampak lingkungan dari pilihan akomodasi mereka. Dengan demikian, hasil ini menyoroti kecenderungan positif generasi milenial untuk mengintegrasikan nilai-nilai keberlanjutan dalam keputusan wisata mereka. Penilaian yang tinggi terhadap hotel ramah lingkungan menunjukkan bahwa generasi ini menganggap penting dan menghargai praktek-praktek yang mendukung pelestarian lingkungan, serta menunjukkan perubahan sikap yang signifikan dalam industri pariwisata menuju keberlanjutan dan tanggung jawab lingkungan.

Wisatawan Secara empiris bahwa wisatawan domestik generasi milenial memahami dampak baik dengan memiliki kepercayaan terhadap hotel ramah lingkungan. Rasa percaya terhadap hotel ramah lingkungan pada generasi milenial ini sangat mendukung atas keberlanjutan untuk mempertahankan lingkungan dibidang perhotelan. Sikap percaya terhadap hotel ramah lingkungan menunjukkan perilaku yang sangat baik dengan memberikan dampak untuk turut serta dalam melindungi lingkungan dari sampah, limbah cair, efisiensi energi, dan air serta menajalin hubungan baik dengan masyarakat lokal. Kepercayaan wisatawan generasi milenial terhadap hotel ramah lingkungan menunjukkan bahwa hotel ramah lingkungan memiliki nilai dan kualitas tersendiri yang penting untuk dijadikan perhatian oleh generasi milenial dalam menentukan hotel yang akan dipilih untuk menginap. Bagi generasi milenial hotel ramah lingkungan dapat dilihat begitu besar kebermanfaatannya dengan hanya memilih hotel ramah lingkungan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan yang diungkapkan oleh Ogiemwonyi (2022), yang menunjukkan bahwa generasi milenial merupakan kelompok yang memiliki kepekaan tinggi terhadap isu sosial dan lingkungan. Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa generasi milenial secara aktif mencari dan memilih produk serta layanan yang sejalan dengan nilai-nilai keberlanjutan, termasuk dalam konteks pemilihan hotel. Generasi milenial menunjukkan kualitas diri yang signifikan dalam memilih hotel ramah lingkungan, dengan menempatkan nilai tinggi pada produk yang mereka konsumsi. Mereka lebih cenderung untuk memilih hotel yang menerapkan praktek ramah lingkungan sebagai bentuk dukungan terhadap upaya pelestarian lingkungan. Dalam hal ini, generasi milenial tidak hanya mencari kenyamanan atau fasilitas, tetapi juga memastikan bahwa pilihan mereka mencerminkan komitmen terhadap keberlanjutan. Selain itu, wisatawan domestik generasi milenial memiliki rasa kepedulian yang mendalam terhadap isu-isu lingkungan. Mereka cenderung memiliki keyakinan yang kuat terhadap manfaat produk-produk yang ramah lingkungan, seperti hotel ramah lingkungan. Keyakinan ini memotivasi mereka untuk memilih akomodasi yang tidak hanya memenuhi kebutuhan mereka tetapi juga berkontribusi positif terhadap pelestarian lingkungan. Oleh karena itu, pilihan mereka untuk menginap di hotel ramah lingkungan bukan hanya berdasarkan pada aspek kualitas atau harga, tetapi juga pada kesesuaian hotel tersebut dengan nilai-nilai keberlanjutan yang mereka pahami.

#### b) Penilaian Responden Terhadap Variabel Niat Menginap Hotel Ramah Lingkungan

**Tabel 3.** Nilai Rata-Rata Mengenai Niat Menginap Hotel Ramah Lingkungan

No	Item Pernyataan	Jawaban Responden					Total Skor	Rata-rata
		SS	S	N	ST	STS		
		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>		
1	Saya bersedia menginap di hotel ramah lingkungan ketika melakukan perjalanan wisata	69	30	1	0	0	468	4,68
2	Saya berencana menginap di hotel ramah lingkungan ketika melakukan perjalanan wisata	49	35	11	5	0	428	4,28
3	Saya akan berusaha menginap di hotel ramah lingkungan ketika melakukan perjalanan wisata	48	33	14	5	0	424	4,24
	<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>101</b>	<b>25</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>1319</b>	<b>13,2</b>
	<b>Rata-rata</b>							<b>4,40</b>

Sumber: Data Primer, Hasil Olahan Data (2024)

Keterangan: SS (Sangat Setuju), S (Setuju), RR (Ragu-Ragu), TS (Tidak Setuju), dan STS (Sangat Tidak Setuju)

Tabel 3 menyajikan penilaian responden terhadap niat menginap di hotel ramah lingkungan. Nilai tertinggi terlihat pada butir pernyataan nomor 1, yang memperoleh rata-rata 4,68. Pernyataan ini berbunyi, "Saya bersedia menginap di hotel ramah lingkungan ketika melakukan perjalanan wisata." Nilai rata-rata yang tinggi ini menunjukkan bahwa wisatawan domestik generasi milenial menunjukkan kesiapan yang kuat untuk memilih hotel ramah lingkungan saat bepergian. Hal ini mengindikasikan bahwa generasi milenial memiliki niat yang tinggi untuk memilih akomodasi yang mendukung praktek keberlanjutan dan pelestarian lingkungan selama perjalanan mereka. Generasi milenial nampaknya menyadari dan menghargai manfaat besar yang diperoleh dari memilih

hotel ramah lingkungan, yang secara signifikan mempengaruhi niat mereka untuk menginap di tempat tersebut. Mereka menganggap bahwa mendukung hotel yang ramah lingkungan adalah langkah penting dalam menjaga kelestarian lingkungan, yang selaras dengan nilai-nilai dan kepedulian lingkungan yang mereka pahami.

Sebaliknya, nilai terendah terdapat pada butir pernyataan nomor 3, dengan rata-rata 4,24, yang berbunyi, "Saya akan berusaha menginap di hotel ramah lingkungan ketika melakukan perjalanan wisata." Nilai ini menunjukkan bahwa meskipun niat untuk menginap di hotel ramah lingkungan tetap tinggi, terdapat sedikit penurunan dalam tingkat usaha yang dilakukan oleh sebagian wisatawan domestik generasi milenial dalam memastikan pilihan mereka. Ini bisa diartikan bahwa meskipun mereka memiliki niat yang baik untuk memilih akomodasi yang ramah lingkungan, upaya praktis untuk mewujudkannya mungkin belum sepenuhnya maksimal. Secara keseluruhan, data ini menunjukkan adanya komitmen yang kuat di kalangan generasi milenial terhadap keberlanjutan, namun juga mengidentifikasi adanya perbedaan antara niat dan usaha konkret dalam memilih hotel ramah lingkungan. Ini memberikan wawasan berharga bagi pemangku kepentingan industri pariwisata dalam merancang strategi yang lebih efektif untuk mendorong perilaku wisatawan yang lebih konsisten dengan nilai-nilai keberlanjutan.

Secara teori dapat dijelaskan bahwa Fishbein dan Ajzen (1975) menjelaskan niat merupakan sejauh mana kemungkinan untuk melakukan perilaku tertentu atau kesediaan seseorang melakukan perilaku tertentu. Secara rata-rata bahwa wisatawan domestik generasi milenial memiliki niat yang tinggi dalam memilih hotel ramah lingkungan. Niat tinggi menunjukkan rasa peduli generasi milenial terhadap hotel yang mendukung keberlanjutan lingkungan. Wisatawan domestik generasi milenial memiliki niat yang tinggi terhadap hotel ramah lingkungan dengan ditunjukkan nilai rata-rata sangat baik. Wisatawan domestik milenial juga sudah mengetahui dan memiliki preferensi mengenai hotel ramah lingkungan. Hal tersebut mampu meningkatkan niat untuk menginap di hotel ramah lingkungan.

Melihat pembahasan di atas mengenai kepercayaan wisatawan domestik generasi milenial terhadap niat menginap di hotel ramah lingkungan, tampak jelas betapa signifikan peran generasi milenial dalam memilih akomodasi yang mendukung prinsip keberlanjutan. Generasi ini menunjukkan perhatian yang mendalam terhadap manfaat lingkungan ketika memutuskan tempat menginap. Hal ini mencerminkan perubahan paradigma dalam industri perhotelan, di mana nilai-nilai keberlanjutan dan tanggung jawab lingkungan menjadi faktor kunci dalam keputusan wisatawan. Generasi milenial, dengan tingkat kesadaran lingkungan yang tinggi, menempatkan pentingnya memilih hotel yang ramah lingkungan sebagai salah satu prioritas utama. Mereka tidak hanya mempertimbangkan kenyamanan dan harga, tetapi juga dampak lingkungan dari pilihan akomodasi mereka. Dengan demikian, kepercayaan mereka terhadap nilai-nilai keberlanjutan memainkan peran krusial dalam membentuk niat mereka untuk menginap di hotel ramah lingkungan.

Pentingnya generasi milenial dalam menentukan pilihan hotel mencerminkan tren yang lebih luas dalam industri pariwisata, di mana keberlanjutan menjadi elemen yang tak terpisahkan dari strategi pemasaran dan pengembangan produk. Pemahaman terhadap preferensi dan motivasi generasi ini dapat membantu pelaku industri perhotelan untuk lebih baik memenuhi harapan mereka dan merespons tuntutan pasar yang semakin berfokus pada keberlanjutan. Oleh karena itu, penting bagi penyedia layanan perhotelan untuk mengadopsi praktek ramah lingkungan dan berkomunikasi secara efektif mengenai upaya-upaya tersebut, agar dapat menarik dan mempertahankan wisatawan generasi milenial yang semakin memilih berdasarkan nilai-nilai keberlanjutan. Hal ini tidak hanya akan mendukung upaya pelestarian lingkungan, tetapi juga meningkatkan daya tarik dan daya saing hotel dalam pasar yang semakin sadar lingkungan.

Wisatawan domestik generasi milenial menimbang nilai dan kualitas sebuah hotel untuk keberlanjutan yang berkelanjutan. Niat yang dimiliki generasi milenial terhadap hotel ramah lingkungan juga sangat tinggi. Niat dapat berubah-ubah seiring dengan berjalannya waktu sesuai kehendak individu. Sesuai dengan penjelesan sebelumnya oleh Febriasari dan Dharmmesta (2019), Fauzi et al (2024) yang menjelaskan niat untuk menginap di hotel ramah lingkungan tidak hanya dipengaruhi oleh preferensi individu, tetapi juga oleh sejauh mana wisatawan mempercayai bahwa hotel tersebut dapat memenuhi ekspektasi mereka. Hal ini sangat sejalan dengan hasil penelitian ini. Wisatawan domestik generasi milenial sangat melihat nilai dan kualitas sebuah hotel dan dampak positif yang ditimbulkan ketika mereka memilih hotel tersebut untuk menginap.

Wisatawan domestik dari generasi milenial sangat memperhatikan nilai dan kualitas sebuah hotel, serta dampak positif yang dihasilkan dari pemilihan mereka. Generasi ini tidak hanya menilai hotel berdasarkan faktor-faktor tradisional seperti kenyamanan, fasilitas, dan harga, tetapi juga secara mendalam mempertimbangkan kontribusi hotel terhadap keberlanjutan dan pelestarian lingkungan. Dalam memilih tempat menginap, generasi milenial cenderung menilai sejauh mana hotel tersebut menerapkan praktek ramah lingkungan, seperti penggunaan energi terbarukan, pengelolaan limbah yang efisien, dan pelestarian sumber daya alam. Mereka melihat nilai lebih dalam akomodasi yang tidak hanya menawarkan kenyamanan tetapi juga berkomitmen pada prinsip keberlanjutan. Hotel yang mampu mengintegrasikan nilai-nilai keberlanjutan dalam operasionalnya dianggap lebih berkualitas dan relevan dengan prinsip-prinsip yang dipegang oleh generasi ini. Selain itu, dampak positif yang ditimbulkan oleh pilihan mereka untuk menginap di hotel ramah lingkungan turut mempengaruhi keputusan mereka. Generasi milenial merasa lebih puas dan bangga ketika mereka tahu bahwa pilihan mereka

membantu mengurangi jejak karbon, mendukung praktek bisnis yang etis, dan berkontribusi pada pelestarian lingkungan. Kesadaran ini mendorong mereka untuk memilih hotel yang sejalan dengan nilai-nilai pribadi mereka, yang akhirnya memperkuat loyalitas mereka terhadap brand hotel yang mendukung keberlanjutan.

Bagi generasi milenial, nilai-nilai keberlanjutan dan tanggung jawab sosial sering kali menjadi bagian penting dalam pengambilan keputusan mereka, termasuk dalam memilih akomodasi. Kepercayaan ini dapat memengaruhi niat wisatawan untuk memilih dan menginap di hotel ramah lingkungan. Jika wisatawan milenial percaya bahwa hotel tersebut konsisten dalam upayanya melindungi lingkungan, mereka cenderung memiliki niat yang lebih kuat untuk mendukung dengan cara menginap di hotel tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan ini termasuk informasi yang tersedia, pengalaman sebelumnya, serta reputasi hotel dalam menjalankan tanggung jawab lingkungan. Kepercayaan wisatawan domestik generasi milenial terhadap niat menginap di hotel ramah lingkungan mengacu pada keyakinan mereka bahwa hotel-hotel tersebut benar-benar berkomitmen terhadap praktik-praktik yang peduli lingkungan. Kepercayaan ini menjadi faktor utama yang mempengaruhi niat menginap di hotel ramah lingkungan, yang berarti bahwa semakin tinggi kepercayaan wisatawan terhadap komitmen hotel tersebut, semakin tinggi pula niat mereka untuk memilih hotel tersebut sebagai tempat menginap.

Kepercayaan wisatawan domestik generasi milenial terhadap niat menginap di hotel ramah lingkungan adalah keyakinan atau persepsi positif yang dimiliki oleh wisatawan milenial mengenai kejujuran, komitmen, dan kesungguhan hotel ramah lingkungan dalam menjalankan praktik-praktik keberlanjutan. Generasi milenial, secara umum, sangat peduli dengan keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. Mereka cenderung mendukung bisnis yang sejalan dengan nilai-nilai ini. Jika mereka percaya bahwa hotel benar-benar peduli terhadap lingkungan, mereka akan lebih berkeinginan untuk memilihnya sebagai tempat menginap. Kepercayaan adalah faktor kunci yang menentukan apakah wisatawan milenial akan memilih untuk menginap di hotel ramah lingkungan. Jika mereka percaya bahwa hotel tersebut benar-benar berkomitmen pada keberlanjutan, mereka akan lebih terdorong untuk memilihnya. Kepercayaan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti keandalan hotel, integritas, kredibilitas, serta informasi yang diperoleh melalui ulasan atau pengalaman sebelumnya. Generasi milenial yang memiliki nilai keberlanjutan akan semakin mendukung hotel-hotel yang dapat dipercaya dalam menjaga kelestarian lingkungan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan tentang kepercayaan wisatawan domestik generasi milenial terhadap niat menginap pada hotel ramah lingkungan dapat disimpulkan bahwa wisatawan domestik generasi milenial mempercayai bahwa hotel ramah lingkungan memiliki nilai dan kualitas yang tinggi dan memiliki kebermanfaatan yang berkelanjutan. Niat wisatawan domestik generasi milenial juga sangat tinggi hal ini memiliki arti bahwa niat yang tinggi menunjukkan rasa peduli terhadap hotel ramah lingkungan yang mendukung keberlanjutan dan kebermanfaatan terhadap lingkungan. Niat untuk menginap pada hotel ramah lingkungan oleh wisatawan domestik generasi milenial tidak hanya dipengaruhi oleh keinginan individu, melainkan sejauh mana wisatawan domestik generasi milenial mempercayai bahwa hotel ramah lingkungan dapat memenuhi ekspektasi dan kebermanfaatan yang berkelanjutan.

## DAFTAR RUJUKAN

- Aliansyah, H. Hermawan, W. (2019). Peran Sektor Pariwisata Pada Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten/Kota Di Jawa Barat. *Bina Ekonomi*. Vol. 23. No. 1
- Badan Pusat Statistik. (2024). [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id). Diakses 19 Agustus 2024
- Chen, M.-F., & Tung, P.-J. (2014). Developing an extended theory of planned behavior model to predict consumers' intention to visit green hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 36, 221-230
- Chen, H. Bernard, S. Rahman, I. (2019). Greenwashing in hotels: A structural model of trust and behavioral intentions. *Journal of Cleaner Production*. Volume 206. Pages 326-335. ISSN 0959-6526. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.09.168>.
- Darwin, M. 2021. Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif. Bandung: CV. Media Sains Indonesia
- D'Souza, C., Apaolaza, V., Hartmann, P., Brouwer, A.R. (2020). Pemasaran Untuk Keberlanjutan: Niat Wisatawan Untuk Menginap Di Hotel Ramah Lingkungan. *J. Vacat. Mark.* 27. 187–202. doi: 10.1177/1356766720975063
- Fauzi. M.A. Hanafiah. M.Z. Kunjuraman. V. (2024). Tourists' Intention To Visit Green Hotel: Building On The Theory Of Planned Behaviour And The Value Belief Norm Theory. *Journal Of Tourism Futures*. Emerald Publishing Limited. Vol. 10. No. 2. DOI 10.1108/JTF-01-2022-0008



- Febriasari, P. Dharmmesta, B.S. (2019) Understanding Indonesian Travelers' Intention To Stay At Green Hotel. Proceeding The 7<sup>th</sup> Gadjah Mada International Conference On economic And Business. <https://www.researchgate.net/publication/336103572>
- Firda Anis. (2022). Pengaruh Konsep Hotel Ramah Lingkungan Terhadap Minat Menginap Wisatawan di Hotel Padma Kota Bandung.
- Garikapati. V. M., et al. (2016). Activity Patterns, Time Use and Travel of Millennials: A Generation In Transition?. *Journal Transport Reviews*, (5), 558-584
- Gao, Y. (2022). Susitanable Tourism Among Millennials: From Awareness To Action. DOI:10.13140/RG.2.2.26744.37120
- Han, H., Hsu, L.-T., & Lee, J.-S. (2009). Empirical investigation of the roles of attitudes toward green behaviors, overall image, gender, and age in hotel customers' eco-friendly decision-making process. *International Journal of Hospitality Management*, 28(4), 519-528
- Jaitley, S., Sriram, K. V., & Mathew, A. O. (2023). Millennials' Intention to Visit Green Hotels in India—A Preliminary Analysis Using the Theory of Planned Behavior †. *Engineering Proceedings*, 59(1). <https://doi.org/10.3390/engproc2023059128>
- Mabkhot. H. (2024). Factors affecting millennials' green purchase behavior: Evidence from Saudi Arabia, *Heliyon*, Volume 10. Issue ISSN 2405-8440. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e25639>.
- Ogiemwonyi, O. (2022). Factors influencing generation Y green behaviour on green products in Nigeria: An application of theory of planned behaviour. *Environmental and Sustainability Indicators*. Volume 13. <https://doi.org/10.1016/j.indic.2021.100164>.
- Pandey, M., & Yadav, P. S. (2023). Understanding the role of individual concerns, attitude, and perceived value in green apparel purchase intention; the mediating effect of consumer involvement and moderating role of generation Z&Y. *Cleaner and Responsible Consumption*, 9. <https://doi.org/10.1016/j.clrc.2023.100120>
- Rahman, I., & Reynolds, D. (2016). Predicting green hotel behavioral intentions using a theory of environmental commitment and sacrifice for the environment. *International Journal of Hospitality Management*, 52, 107-116.
- Sadiq, M., Adil, M., Paul, J. (2022). Menginap Di Hotel Ramah Lingkungan Dan Sikap Terhadap Lingkungan: Perspektif Nilai Sikap Perilaku. *Int. J. Hosp. Manag.* 100 :103094. doi: 10.1016/j.ijhm.2021.103094
- Salbiyah, S. (2020). Theory Planned Behavior Dan Pengaruhny Terhadap Kinerja Mahasiswa Dengan Cooperative Learning Tipe Jigsaw Sebagai Variabel Moderating Di Feb Universitas Muhammadiyah Surabaya. *Balance: Economic, Business, Management, and Accounting Journal*, Vol. XVII, 82–90.
- Sharmin, F. Sultan, M.T. Badulescu, A. Bac, D.P. Li, B. (2020). Millennial Tourists' Environmentally Sustainable Behavior Towards a Natural Protected Area: An Integrative Framework. *Sustainability*. 12. 8545. <https://doi.org/10.3390/su12208545>
- Sheraz, N., Saleem, S., Sultan, S. (2021). Sikap Konsumen Yang Pro Lingkungan Dan Dampaknya Terhadap Perilaku Pembelian Ramah Lingkungan. *J. Contemp. Issues Bus. Govern.* 27. 221–233. doi: 10.47750/cibg.2021.27.05.015
- Sugiyono. (2013). Cara Mudah Menyusun: Skripsi, Tesis, dan Disertasi. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Teng, Y. M., Wu, K. S., & Liu, H. H. (2015). Integrating altruism and the theory of planned behavior to predict patronage intention of a green hotel. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 39(3), 299-315
- Wang, C. P., Zhang, Q., Wong, P. P. W., & Wang, L. (2023). Consumers' Green Purchase Intention To Visit Green Hotels: A Value-Belief-Norm Theory Perspective. *Frontiers In Psychology*, 14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1139116>

- Wang L., Wong, P.P.W., Elangkovan N.A. (2020). Latar Belakang Perilaku Pembelian Ramah Lingkungan: Pemeriksaan Altruisme Dan Pengetahuan Lingkungan. *Int. J. Cult. Tour. Hospital. Res.* 14. 63–82. doi: 10.1108/IJCTHR-02-2019-0034
- Wang L., Wong, P.P.W., Elangkovan, N.A. (2020). Dampak Demografis Dari Niat Pembelian Ramah Lingkungan Konsumen Terhadap Pemilihan Hotel Ramah Lingkungan Di Tiongkok. *Tour. Hosp. Res.* 20. 210–222. doi: 10.1177/1467358419848129
- Wu, H., Wang, W., Tao, Y., Shao, M., & Yu, C. (2024). Understand the Chinese Z Generation consumers' Green hotel visit intention: An Extended Theory of Planned Behavior Model. *Heliyon*, 10(3). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e25067>
- Wu, S. I., Chen, J. Y. (2014). A Model of Green Consumption Behavior Constructed by the Theory of Planned Behavior. *International Journal of Marketing Studies*. Vol. 6 No. 5. Pp. 119-132