

Intisari

Dalam beberapa tahun terakhir isu pemanasan global semakin meningkat berdampak pada pola konsumsi wisatawan yang sangat selektif dalam memilih hotel yang menerapkan konsep ramah lingkungan. Hasil penelitian terdahulu menemukan bahwa meskipun kekhawatiran konsumen meningkat terhadap lingkungan, konsumen tetap tidak melakukan pembelian terhadap produk ramah lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk melihat perilaku aktual konsumen menginap di hotel ramah lingkungan dengan mengukur pengaruh nilai biosferik, sikap perlindungan lingkungan, norma sosial dan niat menginap konsumen dan menguji peranan variabel pemoderasi pengetahuan hotel hijau dan harga dalam pengaruhnya pada perilaku aktual konsumen apakah pada akhirnya niat akan berubah menjadi perilaku aktual ketika di moderasi oleh kedua variabel tersebut. Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengunjungi kota Yogyakarta dan belum pernah menginap di hotel yang menerapkan konsep ramah lingkungan (hotel hijau) dengan total responden 142. Teknik analisis menggunakan kombinasi metode regresi sederhana dan regresi berganda untuk studi 1 dan regresi logistik untuk studi 2 dengan alat analisis SPSS 20. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dua dari enam hipotesis tidak terdukung. Variabel pemoderasi pengetahuan hotel hijau dan harga tidak signifikan dan memperlemah pengaruh niat pada perilaku aktual yang berarti bahwa responden menginap di hotel ramah lingkungan hanya berdasarkan niat mereka saja tanpa ada pengaruh dari pengetahuan hotel hijau yang mereka miliki ataupun kesesuaian mereka terhadap harga pada hotel ramah lingkungan.

Kata Kunci: Nilai biosferik, Sikap Perlindungan Lingkungan, Norma Sosial, Niat Menginap, Pengetahuan Hotel Hijau, Harga dan Perilaku Aktual.

Abstract

In the last few years the issue of increasing global warming has an impact on consumption patterns of tourists who are very selective in choosing hotels that implement environmentally friendly concepts. The results of previous studies found that despite consumer concerns about the environment, consumers still did not make purchases on environmentally friendly products. This study aims to look at the actual behavior of consumers staying in eco-friendly hotels by measuring the influence of biospheric values, attitudes towards environmental protection, social norms and intention to stay consumers and examine the role of moderating green hotel knowledge and prices on consumers' actual behavior. The subjects in this study were consumers who had visited Yogyakarta and had never stayed at a hotel that applied an environmentally friendly concept (green hotel) with a total of 142 respondents. The analysis technique uses a combination of simple regression methods and multiple regression for phase 1 study and logistic regression for phase 2 study with SPSS 20 analysis tools. Testing the hypothesis in this study shows that two out of the six hypotheses are not supported. The moderating variable of green hotel knowledge and prices is not significant and weakens the influence of intention on actual behavior which means that respondents stay in eco-friendly hotels based solely on their intentions without any influence from the knowledge of green hotels they have or their suitability for prices in eco-friendly hotels.

Keywords: Biospheric Value, Attitudes Towards Environmental Protection, Social Norms, Intention to Stay, Green Hotel Knowledge, Prices and Actual Behavior.