

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis permasalahan yang terjadi pada industri penginapan yang menggunakan konsep ramah lingkungan dalam pengoperasiannya. Penelitian ini menganalisis pengaruh dari persepsi citra hijau hotel pada kepuasan dan kepercayaan hijau konsumen. Dianalisis juga pengaruh kepuasan dan kepercayaan hijau konsumen pada niat mengunjungi kembali serta niat berpartisipasi program hijau hotel. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat Indonesia berusia 21 sampai 60 tahun yang pernah menginap di hotel yang terletak di Daerah Istimewa Yogyakarta dalam 12 bulan terakhir dan memilih hotel atas keinginan sendiri. Metode pengambilan data menggunakan metode *purposive sampling* dengan data akhir sebanyak 181 responden. Pengambilan data penelitian menggunakan kuesioner dan disebarikan dengan bantuan *google form*.

Hasil analisis penelitian menemukan bahwa persepsi citra hijau hotel berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dan kepercayaan hijau konsumen. Ditemukan juga bahwa kepuasan dan kepercayaan hijau konsumen berpengaruh positif terhadap niat mengunjungi kembali dan niat berpartisipasi program hijau hotel. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, implikasi manajerial untuk pebisnis hotel adalah memfokuskan pada meningkatkan citra hijau hotel sehingga kepuasan dan kepercayaan hijau konsumen juga meningkat. Meningkatnya kepuasan dan kepercayaan hijau konsumen juga akan meningkatkan niat mengunjungi kembali dan niat berpartisipasi program hijau hotel.

Kata kunci: persepsi citra hijau, kepuasan konsumen, kepercayaan hijau konsumen, niat mengunjungi kembali hotel, niat berpartisipasi program hijau hotel, green hotel, green marketing.

ABSTRACT

This research purpose is to analyze the problems that occur in the lodging industry that use environmental friendly concepts in their operation. This study analyzes the influence of the perception of the hotel's green image on consumer satisfaction and green trust. Also analyzed the influence of consumer satisfaction and green trust in the intention of revisiting and the intention to participate in a green hotel program. The sample used in this study was Indonesian people aged 21 to 60 years who had stayed at a hotel located in the Special Region of Yogyakarta in the last 12 months and chose a hotel of their own accord. The data collection method uses purposive sampling method with the final data as many as 181 respondents. Retrieval of research data using a questionnaire and distributed with the help of google form.

The results of the analysis of the study found that perception of the hotel's green image had a positive effect on customer satisfaction and consumer's green trust. The study also found that consumer satisfaction and consumer green trust have a positive effect on the intention to revisit and intention to participate in a green hotel program. Based on the results of these studies, the managerial implications for hotel businesses are to focus on improving the green image of the hotel so that consumer's satisfaction and green trust also increase. Increasing consumer satisfaction and green trust will also increase the intention to re-visit and intention to participate in a green hotel program.

Keywords: green image, customer satisfaction, consumer green trust, intention to revisit hotel, intention to participate in green hotel program, green hotels, green marketing.