

Analisis Minat Generasi Z untuk Menginap di Hotel Ramah Lingkungan (Green Hotel) dengan menggunakan Theory of Planned Behavior (TPB)

Ghea Firsty Nur Madani ^{1*}, Titik Desi Harsoyo ²

^{1,2} Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Indonesia

* gheafirstynm@gmail.com desi

Abstrak

Industri perhotelan di Indonesia terus berkembang pesat, namun menghadapi tantangan besar terkait dampak lingkungan dimana jumlah emisi karbon per ruang yang dihuni menempati peringkat kedua se-Asia Tenggara sebanyak 83,8 kg CO₂. *Green Hotel*, sebagai alternatif penginapan ramah lingkungan, semakin diminati, terutama oleh generasi Z yang dikenal memiliki kesadaran tinggi terhadap isu keberlanjutan. Namun, minat generasi Z untuk menginap di hotel ramah lingkungan masih perlu diteliti lebih lanjut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis minat generasi Z untuk menginap di hotel ramah lingkungan (*Green Hotel*) dengan menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Penelitian dengan metode kuantitatif ini melibatkan 100 responden generasi Z di Indonesia yang memiliki pengetahuan tentang hotel ramah lingkungan, namun belum pernah menginap di hotel jenis ini. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*, dengan instrumen utama berupa kuesioner yang disebarakan secara daring. Hasil uji instrumen menunjukkan bahwa semua item kuesioner valid dan reliabel. Berdasarkan analisis data menggunakan *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan software SmartPLS, penelitian ini menemukan bahwa *Environmental Concern* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude* ($t\text{-statistic} = 11,987$, $p\text{-value} = 0,000$), *Subjective Norms* ($t\text{-statistic} = 2,549$, $p\text{-value} = 0,011$), *Perceived Behavioral Control* ($t\text{-statistic} = 8,035$, $p\text{-value} = 0,000$), dan *Perceived Moral Obligation* ($t\text{-statistic} = 7,244$, $p\text{-value} = 0,000$) generasi Z dalam menginap di hotel ramah lingkungan. Kemudian *Attitude* ($t\text{-statistic} = 3,352$, $p\text{-value} = 0,001$), *Subjective Norms* ($t\text{-statistic} = 4,174$, $p\text{-value} = 0,000$), dan *Perceived Moral Obligation* ($t\text{-statistic} = 2,096$, $p\text{-value} = 0,036$) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Visit Green Hotel* Generasi Z, sementara *Perceived Behavioral Control* ($t\text{-statistic} = 1,015$, $p\text{-value} = 0,310$) tidak berpengaruh terhadap *Intention to Visit Green Hotel* Generasi Z.

Kata kunci: Minat Generasi Z, Hotel Ramah Lingkungan, Green Hotel, Theory of Planned Behavior, SEM PLS

Pendahuluan

Industri perhotelan merupakan sektor penting yang berkontribusi besar terhadap perekonomian global melalui devisa dan peningkatan aktivitas ekonomi (Johanes et al., 2024). Selain meningkatkan pendapatan negara, sektor ini berdampak positif pada PDB regional (Apriyanti & Hatmoko, 2024), menciptakan lapangan kerja, dan peningkatan aktivitas ekonomi lokal (Hasudungan et al., 2021). Sektor ini terus menunjukkan peningkatan signifikan yang dapat dilihat dari salah satu indikator menurut Badan Pusat Statistik (BPS), yaitu jumlah akomodasi hotel berbintang di Indonesia. Data terakhir dalam rentang tahun 2019-2023, secara keseluruhan jumlah hotel berbintang di Indonesia mengalami peningkatan, dimana pada tahun 2019

Indonesia memiliki sebanyak 3.516 unit hotel berbintang dan meningkat menjadi 4.129 unit pada tahun 2023. Meskipun pada tahun 2021 sempat terjadi penurunan, pada tahun 2022 terjadi peningkatan yang signifikan (Badan Pusat Statistik, 2024). Namun, peningkatan aktivitas di sektor perhotelan juga menimbulkan tantangan lingkungan, seperti peningkatan emisi karbon, limbah, dan konsumsi sumber daya alam yang tidak berkelanjutan (Jhahhra, 2024). Industri perhotelan bertanggung jawab atas sekitar 5% emisi karbon global, dengan kontribusi signifikan dari konsumsi energi di hotel, terutama melalui penggunaan bahan bakar fosil untuk pemanasan, pendinginan, dan pencahayaan. Selain itu, Industri perhotelan adalah konsumen air dan energi yang sangat padat sumber daya karena operasi sepanjang tahun dan penggunaan air yang tinggi (Atalay et al., 2024).

Indonesia menempati peringkat ke-2 penyumbang emisi terbesar pada industri perhotelan di Asia Tenggara dengan menyumbang 83,8 kg CO₂ per ruangan yang dihuni (Greenview, 2024). Angka tersebut termasuk dalam kategori sangat tinggi dan termasuk di zona merah. Oleh karena itu, upaya pengurangan emisi karbon menjadi hal yang sangat penting untuk dilakukan dalam rangka mewujudkan cita-cita global yaitu *Sustainable Development Goals* (SDGs) dan *Net Zero Emission* (NZE), salah satunya melalui penerapan konsep *Green Hotel*. *Green Hotel* adalah hotel yang mengadopsi prinsip-prinsip ramah lingkungan, seperti penggunaan teknologi hemat energi, pengurangan limbah, dan konservasi air, yang sejalan dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) (Deri et al., 2024). Perkembangan ini juga memicu persaingan dalam industri perhotelan. Hotel-hotel dituntut tidak hanya menyediakan layanan berkualitas tinggi tetapi juga mempertimbangkan preferensi konsumen. Adopsi praktik hijau ini semakin relevan dengan peningkatan permintaan konsumen, terutama generasi muda yaitu Generasi Z yang dikenal memiliki preferensi terhadap isu-isu keberlanjutan (Velaoras et al., 2024). Generasi Z merupakan klasifikasi generasi pada rentang tahun kelahiran 1997 hingga 2012 (Badan Pusat Statistik, 2024). Dalam industri perhotelan, mereka semakin memprioritaskan keberlanjutan dalam pilihan perjalanan dan bersedia membayar lebih untuk hotel ramah lingkungan (Fei et al., 2024). Mereka juga menunjukkan preferensi terhadap hotel yang menerapkan praktik keberlanjutan, seperti energi terbarukan dan pengurangan limbah plastik (Sarwari, 2024). Namun, masih terdapat generasi Z yang acuh atau tidak puas dengan adanya *Green Hotel* (Kamenidou et al., 2022). Untuk itu, minat untuk menginap di hotel ramah lingkungan (*Intention to Visit Green Hotel*) pada Generasi Z menjadi perhatian penting bagi pengelola hotel dalam memahami minat perilaku dari konsumen mereka. Minat perilaku didefinisikan sebagai dorongan internal yang menggambarkan keinginan individu untuk mengambil tindakan tertentu (Ajzen, 2020). Untuk mengetahui atau memprediksi minat perilaku, dalam hal ini minat untuk menginap di *Green Hotel* (*Intention to Visit Green Hotel*) tersebut digunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB), dimana minat perilaku konsumen dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*Attitude Toward Behavior*), norma subjektif (*Subjective Norms*), dan kontrol perilaku yang dirasakan (*Perceived Behavioral Control*) (Ajzen (2020). Selain itu, terdapat pula faktor norma moral sebagai salah satu konstruk penting untuk memprediksi perilaku dengan pertimbangan moral (La Barbera et al., 2016).

Faktor-faktor tersebut dapat diperluas dengan menambahkan kewajiban moral yang dirasakan (*Perceived Moral Obligation*) untuk memperkuat prediksi minat perilaku. Faktor-faktor yang memengaruhi minat konsumen untuk menginap hotel ramah lingkungan juga melibatkan kepedulian lingkungan (*Environmental Concern*) sebagai anteseden yang tidak hanya berfungsi sebagai sikap umum, tetapi juga memengaruhi perilaku spesifik melalui keyakinan, norma, dan sikap terhadap situasi tertentu (Jana et al., 2024). Sikap didefinisikan sebagai evaluasi positif atau negatif individu terhadap suatu objek, perilaku, atau ide tertentu (Ajzen, 2020). Sikap

terhadap menginap di hotel hijau (*Attitude Toward Visiting Green Hotel*) adalah pandangan dan persepsi konsumen mengenai manfaat lingkungan, ekonomi, dan sosial yang ditawarkan oleh hotel hijau (Tavitiyaman et al., 2024). Sikap positif terhadap hotel hijau mendorong peningkatan minat untuk menginap di hotel tersebut karena konsumen merasa bahwa keputusan mereka memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan. Hal ini didukung oleh penelitian lain yang menunjukkan bahwa sikap memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menginap di *Green Hote* Penelitian oleh (Jaitley et al., 2023). Faktor selanjutnya adalah norma subjektif (*Subjective Norms*) yang didefinisikan sebagai cara individu melihat keyakinan orang lain yang akan mempengaruhi minat mereka untuk melakukan atau tidak melakukan sikap yang sedang mereka pertimbangkan (Achadi et al., 2021). Norma subjektif adalah pandangan individu tentang sejauh mana pengaruh sosial memengaruhi keputusan mereka untuk melakukan atau tidak melakukan suatu sikap (Wardana, 2021). Norma sosial yang mendukung praktik ramah lingkungan dapat meningkatkan minat konsumen.

Norma subyektif ditemukan secara positif mempengaruhi niat untuk menginap di hotel hijau yang didukung dalam penelitian yang dilakukan oleh penelitian lain yang menunjukkan bahwa norma subjektif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menginap di *Green Hotel* (Febrianto et al., 2024). Sementara itu, faktor kontrol perilaku yang dirasakan (*Perceived Behavioral Control*) adalah kemudahan atau kesulitan yang dirasakan dalam melakukan perilaku (Ajzen, 2016). Kontrol perilaku diartikan sejauh mana konsumen bisa memiliki kendali atas faktor internal maupun eksternal yang membantu atau menghambat konsumen dalam melakukan suatu perilaku atau tindakan (Al-Nahdi et al., 2015). Seseorang yang memiliki kontrol terhadap perilakunya seperti kontrol terhadap waktu, uang dan kesempatan dapat dengan mudah merealisasikan niatnya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian lain yang menunjukkan bahwa kontrol perilaku yang dirasakan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menginap (Hidayah & Widanti, 2023). Selanjutnya, faktor kewajiban moral yang dirasakan (*Perceived Moral Obligation*) adalah keyakinan individu tentang tanggung jawab moral untuk bertindak dengan cara tertentu (Biduri, 2018). Kewajiban moral dapat meningkatkan minat terhadap hotel hijau dengan menyelaraskan nilai-nilai pribadi dengan kelestarian lingkungan. Penelitian telah menunjukkan bahwa ketika konsumen menganggap menginap hotel hijau sebagai kewajiban moral, sikap mereka terhadap hotel tersebut menjadi lebih menguntungkan, sehingga meningkatkan niat mereka untuk menginap. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian lain yang menyatakan bahwa kewajiban moral yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menginap *Green Hotel* (Verma & Chandra, 2018).

Faktor yang memengaruhi minat konsumen untuk menginap hotel ramah lingkungan juga melibatkan kepedulian lingkungan (*Environmental Concern*) sebagai anteseden. Kepedulian lingkungan adalah perilaku dan tindakan untuk selalu menjaga lingkungan dan memberikan solusi-solusi untuk memperbaiki kerusakan lingkungan yang ada (Purwanti, 2017). Kepedulian lingkungan diartikan sebagai respon seseorang terhadap lingkungannya, dengan sikap dan tindakan yang tidak merusak lingkungan melainkan menjaga lingkungan tersebut serta memikirkan upaya untuk pencegahan kerusakan lingkungan (Tamara, 2016). Kepedulian lingkungan terbukti secara positif mempengaruhi sikap terhadap perilaku pro-lingkungan. Kepedulian lingkungan meningkatkan kontrol perilaku yang dirasakan dengan meningkatkan kepercayaan individu pada kemampuan mereka untuk melakukan tindakan pro-lingkungan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Bagiartana & Adi, 2023). Penelitian ini akan dilakukan pada generasi Z di Indonesia, yang dikenal memiliki kesadaran tinggi terhadap isu lingkungan (Velaoras et al., 2024). Pentingnya penelitian ini didasarkan pada meningkatnya

perhatian terhadap keberlanjutan di sektor perhotelan, sementara minat generasi Z untuk menginap di hotel ramah lingkungan masih belum dipahami secara mendalam. Selain itu, meskipun banyak penelitian sebelumnya yang membahas perilaku pro-lingkungan dan niat untuk mengunjungi hotel ramah lingkungan, penelitian ini menggunakan *Theory of Planned Behavior* yang diperluas dengan adanya variabel *Environmental Concern* dan *Perceived Moral Obligation* yang masih jarang dibahas dalam literatur terkait. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Environmental Concern* terhadap *Attitude Toward Visiting Green Hotel*, *Subjective Norms*, *Perceived Behavioral Control*, *Perceived Moral Obligation*, serta pengaruh *Attitude Toward Visiting Green Hotel*, *Subjective Norms*, *Perceived Behavioral Control*, *Perceived Moral Obligation* terhadap *Intention to Visit Green Hotel* generasi Z di Indonesia.

Metode

Jenis penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif dengan pendekatan *explanatory research*. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Kriteria sampel yang ditetapkan adalah: (1) Responden adalah individu yang termasuk dalam kategori Generasi Z (lahir antara tahun 1997 hingga 2012) dengan usia minimal 17 tahun, (2) Responden belum pernah menginap di hotel berkonsep ramah lingkungan, (3) Responden yang memiliki pengetahuan dasar mengenai hotel ramah lingkungan. Sampel penelitian terdiri dari 100 responden yang dipilih berdasarkan kriteria tersebut. Data dikumpulkan dengan metode kuesioner yang didistribusikan secara daring menggunakan *platform* Google Forms. Skala pengukuran yang digunakan dalam kuesioner adalah Skala Likert 5 poin, dengan rentang skor mulai dari Sangat Tidak Setuju (1) hingga Sangat Setuju (5).

Indikator untuk mengukur *Environmental Concern* yaitu: ((1) Merasa bahwa manusia telah sangat merusak lingkungan, (2) Merasa bahwa campur tangan manusia terhadap alam menyebabkan konsekuensi yang buruk, (3) Merasa bahwa keseimbangan alam sangat rapuh dan mudah terganggu, (4) Merasa bahwa manusia harus hidup selaras dengan alam untuk bertahan hidup, (5) Merasa bahwa masalah lingkungan sangat penting, (6) Merasa bahwa masalah lingkungan tidak dapat diabaikan, (7) Merasa bahwa peduli kepedulian lingkungan adalah tugas bersama (Chen & Tung, 2014).

Indikator untuk mengukur *Attitude Toward Visiting Green Hotel* meliputi: (1) Penilaian bahwa menginap di hotel hijau adalah tindakan yang baik, (2) Keinginan untuk menginap di hotel hijau, (3) Ekspektasi bahwa menginap di hotel hijau akan menyenangkan, (4) Pandangan bahwa menginap di hotel hijau adalah pilihan yang bijak, (5) Keyakinan bahwa menginap di hotel hijau membawa manfaat, (6) Ekspektasi bahwa akan menikmati menginap di hotel hijau, (7) Penilaian bahwa menginap di hotel hijau adalah pilihan yang positif (Chen & Tung, 2014).

Indikator untuk mengukur *Subjective Norms* meliputi: (1) Keharusan dari orang terdekat untuk menginap di hotel hijau, (2) Keinginan dari orang terdekat agar individu menginap di hotel hijau, (3) Preferensi orang yang pendapatnya lebih dihargai oleh individu lebih suka jika individu menginap di hotel hijau (Chen & Tung, 2014). Indikator untuk mengukur *Perceived Behavioral Control* meliputi: (1) Perasaan kontrol penuh atas kendali untuk menginap ke hotel hijau, (2) Kepercayaan diri dalam kemampuan untuk memilih hotel hijau, (3) Kemampuan sumber daya, waktu, dan kesempatan untuk mengakses hotel hijau tanpa kesulitan (Purnama et al., 2024). Indikator untuk mengukur *Perceived Moral Obligation* meliputi: (1) Pandangan bahwa individu memiliki kewajiban moral untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, (2) Pandangan bahwa individu berkewajiban terhadap generasi mendatang untuk mengurangi dampak terhadap lingkungan, (3) Pandangan bahwa individu memiliki kewajiban etis untuk

mendukung praktik perhotelan yang adil dan berkelanjutan, (4) Pandangan bahwa individu memiliki kewajiban etis untuk mengurangi dampak terhadap lingkungan (Annamdevula et al., 2023). Indikator untuk mengukur *Intention to Visit Green Hotels* meliputi: (1) Kesiediaan menginap di hotel hijau saat bepergian, (2) Rencana menginap di hotel hijau saat bepergian, (3) Komitmen untuk memilih hotel hijau pada saat bepergian (Chen & Tung, 2014).

Data yang dikumpulkan akan dianalisis menggunakan *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Analisis ini memungkinkan untuk menguji hubungan antar variabel laten yang ada dalam model penelitian. Terdapat 2 tahapan analisis, yaitu evaluasi model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*). Pada *outer model* dilakukan uji instrumen yang meliputi uji validitas dan reliabilitas, sedangkan *inner model* dilakukan uji hipotesis dengan prosedur bootstrapping serta evaluasi kualitas dan kecocokan model dengan *R-Square* (R^2), *Q-Square* (Q^2), dan *F-Square* (f^2) untuk menilai kekuatan hubungan antar variabel. Dalam penelitian ini juga melakukan analisis secara deskriptif yang menghasilkan ringkasan data yang menunjukkan karakteristik umum responden dan distribusi jawaban responden terhadap masing-masing item pertanyaan yang berhubungan dengan setiap variabel yang diteliti.

Hasil

Profil Obyek Penelitian

Green Hotel adalah hotel yang mengintegrasikan prinsip keberlanjutan dan ramah lingkungan dalam operasionalnya, termasuk penggunaan teknologi hemat energi, pengelolaan air efisien, dan pengurangan emisi karbon. Hotel ini juga menerapkan energi terbarukan dan sistem daur ulang untuk mengurangi dampak lingkungan. *Green Hotel* tidak hanya berfokus pada pengelolaan lingkungan, tetapi juga mendidik tamu mengenai cara mengurangi jejak karbon selama menginap (Atalay et al., 2024; Deri et al., 2024). Sektor perhotelan berkontribusi terhadap 5% emisi karbon global, sehingga adopsi prinsip keberlanjutan menjadi penting, baik untuk memenuhi tanggung jawab sosial maupun permintaan pasar yang semakin peduli pada keberlanjutan (Jhahhra, 2024).

Generasi Z, yang lahir antara 1997 hingga 2012, adalah kelompok yang sangat terhubung dengan teknologi dan memiliki kesadaran tinggi terhadap isu sosial dan lingkungan. Sebagai digital native, mereka mahir dalam menggunakan perangkat teknologi dan media sosial (Wajdi et al., 2024). Generasi Z cenderung memilih akomodasi yang ramah lingkungan, seperti *Green Hotel*, dan bersedia membayar lebih untuk menginap di hotel yang mendukung keberlanjutan dan pengurangan dampak negatif terhadap lingkungan (Fei et al., 2024; Sarwari, 2024). Mereka juga memiliki nilai sosial yang mencakup etika dan tanggung jawab terhadap isu global, termasuk perubahan iklim dan kelestarian lingkungan (Basseto & Mendes, 2024).

Profil Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini dijelaskan melalui tabel. 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Profil Responden

Kategori	Frekuensi	Presentase (%)
1. Jenis Kelamin		
a. Laki-laki	44	44%
b. Perempuan	56	56%
Jumlah	100	100%
2. Usia		
a. 17-19 Tahun	7	7%

Kategori	Frekuensi	Presentase (%)
b. 20-22 Tahun	47	47%
c. 23-25 Tahun	40	40%
d. 26-28 Tahun	6	6%
Jumlah	100	100%
3. Pendidikan Terakhir		
a. SMP/ sederajat	1	1%
b. SMA/ sederajat	49	49%
c. Diploma (D1/D2/D3)	5	5%
d. Sarjana (S1)	45	45%
Jumlah	100	100%
4. Pekerjaan		
a. Pelajar/ Mahasiswa	63	63%
b. Karyawan Swasta	15	15%
c. PNS/ Pegawai Instansi Pemerintahan/ BUMN	4	4%
d. / TNI/ POLRI		
e. Wiraswasta	6	6%
f. Ibu Rumah Tangga	2	2%
g. Belum/ Tidak Bekerja	9	9%
h. Guru	1	1%
Jumlah	100	100%
5. Pendapatan		
a. < Rp 3.000.000	73	73%
b. Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000	22	22%
c. >Rp 5.000.000	5	5%
Jumlah	100	100%

Tabel 1 menunjukkan karakteristik demografis responden dalam penelitian ini. Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden adalah perempuan sebanyak 56%, sedangkan laki-laki sebanyak 44%. Usia responden didominasi oleh kelompok usia 20-22 tahun sebanyak 47%, diikuti oleh kelompok usia 23-25 tahun sebanyak 40%. Pendidikan terakhir mayoritas responden adalah SMA/ sederajat sebanyak 49%, dengan jumlah yang signifikan juga memiliki pendidikan Sarjana (S1) sebanyak 45%. Dari segi pekerjaan, mayoritas responden adalah pelajar/ mahasiswa sebanyak 63%, yang mencerminkan bahwa sebagian besar sampel berasal dari kalangan generasi Z yang masih dalam tahap pendidikan. Berdasarkan pendapatan, mayoritas responden (73%) memiliki penghasilan di bawah Rp 3.000.000, yang juga mencerminkan status mahasiswa atau pelajar yang belum memiliki pendapatan tetap.

Uji Validitas

Pada uji validitas terdapat uji validitas konvergen dan validitas diskriminan. Validitas konvergen dapat dilihat dengan nilai *outer loading* dan *Average Variance Extracted* (AVE), sedangkan validitas diskriminan dengan nilai rasio *heterotrait-monotrait* (HTMT) dan nilai Fornell Lacker Criterion. Hasil uji validitas penelitian ini disajikan sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Konvergen

Variabel	AVE	Item	Outer loading	Keterangan
Environmental Concern (X1)	0,586	X1.1	0,723	Valid
		X1.2	0,796	Valid
		X1.3	0,778	Valid
		X1.4	0,736	Valid
		X1.5	0,743	Valid
		X1.6	0,785	Valid
		X1.7	0,796	Valid

Variabel	AVE	Item	Outer loading	Keterangan
Attitude Toward Visiting Green Hotel (X2)	0,694	X2.1	0,758	Valid
		X2.2	0,846	Valid
		X2.3	0,864	Valid
		X2.4	0,851	Valid
		X2.5	0,857	Valid
		X2.6	0,828	Valid
		X2.7	0,825	Valid
Subjective Norms (X3)	0,774	X3.1	0,911	Valid
		X3.2	0,910	Valid
		X3.3	0,815	Valid
Perceived Behavioral Control (X4)	0,640	X4.1	0,806	Valid
		X4.2	0,769	Valid
		X4.3	0,825	Valid
Perceived Moral Obligation (X5)	0,667	X5.1	0,773	Valid
		X5.2	0,779	Valid
		X5.3	0,826	Valid
		X5.4	0,883	Valid
Intention to Visit Green Hotel (Y)	0,773	Y.1	0,868	Valid
		Y.2	0,894	Valid
		Y.3	0,876	Valid

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa keseluruhan item pengukuran pada masing-masing variabel menunjukkan nilai *outer loading* > 0,7 sehingga dapat dikatakan seluruh indikator yang digunakan valid. Kemudian, nilai AVE seluruh variabel penelitian lebih dari 0,5 yang berarti bahwa besarnya variasi seluruh item dalam variabel penelitian ini memenuhi syarat *convergent validity* yang baik. Selanjutnya, hasil uji validitas diskriminan disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 3. Nilai HTMT

Variabel	X2	X1	Y	X4	X5
Attitude Toward Visiting Green Hotel (X2)					
Environmental Concern (X1)	0,824				
Intention to Visit Green Hotel (Y)	0,818	0,553			
Perceived Behavioral Control (X4)	0,744	0,680	0,725		
Perceived Moral Obligation (X5)	0,850	0,729	0,824	0,770	
Subjective Norms (X3)	0,593	0,310	0,773	0,573	0,641

Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai HTMT seluruh pasangan variabel < 0,9 sehingga validitas diskriminan terpenuhi. Hal ini berarti bahwa korelasi antara item pengukuran dalam mengukur variabel yang sama lebih kuat dibandingkan dengan korelasi antara item dengan item variabel lainnya.

Tabel 4. Nilai Fornell Lacker Criterion

Variabel	X2	X1	Y	X4	X5	X3
Attitude Toward Visiting Green Hotel (X2)	0,833					
Environmental Concern (X1)	0,753	0,766				
Intention to Visit Green Hotel (Y)	0,732	0,484	0,879			
Perceived Behavioral Control (X4)	0,637	0,575	0,582	0,800		
Perceived Moral Obligation (X5)	0,754	0,635	0,696	0,612	0,817	
Subjective Norms (X3)	0,531	0,278	0,668	0,445	0,541	0,880

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai akar AVE masing-masing variabel pada sumbu diagonal di keseluruhan variabel memiliki akar AVE lebih besar dibandingkan dengan korelasinya dengan variabel lain. Sehingga evaluasi validitas diskriminan dalam variabel penelitian terpenuhi.

Uji Reliabilitas

Hasil uji validitas penelitian ini didapatkan berdasarkan nilai *cornbach's alpha* dan *composite reliability* yang disajikan sebagai berikut:

Tabel 5. Nilai *Cornbach's Alpha* dan *Composite Reliability*

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite reliability</i>
<i>Environmental Concern (X1)</i>	0,882	0,908
<i>Attitude Toward Visiting Green Hotel (X2)</i>	0,926	0,941
<i>Subjective Norms (X3)</i>	0,853	0,911
<i>Perceived Behavioral Control (X4)</i>	0,726	0,842
<i>Perceived Moral Obligation (X5)</i>	0,833	0,889
<i>Intention to Visit Green Hotel (Y)</i>	0,853	0,911

Berdasarkan Tabel 4.6 di atas dapat dilihat bahwa keseluruhan variabel pada nilai *cornbach's alpha* dan *composite reliability* menunjukkan nilai lebih dari 0,7 sehingga menunjukkan adanya konsistensi internal atau reliabilitas pengukuran telah terpenuhi.

Analisis Statistik Deskriptif

Dalam pengukuran variabel penelitian ini menggunakan 5 kategori pilihan jawaban, sehingga nilai rata-rata dari jawaban responden yaitu dengan nilai skor tertinggi 5, skor terendah 1, dan jumlah kelas 5. Kemudian interval kelas dihitung dan didapatkan pengkategorian sebagai berikut:

Tabel 6. Kategori variabel

No.	Kriteria Skor	Kategori
1.	1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju
2.	1,81 – 2,61	Tidak Setuju
3.	2,62 – 3,42	Cukup Setuju
4.	3,43 – 4,23	Setuju

Berdasarkan pengkategorian pada Tabel 6, maka penilaian masing-masing variabel penelitian yakni sebagai berikut:

Tabel 7. Penilaian Terhadap Masing-Masing Variabel

Variabel	Item	Mean	Kategori
<i>Environmental Concern (X1)</i>	X1.1	4,310	Sangat setuju
	X1.2	4,070	Setuju
	X1.3	4,070	Setuju
	X1.4	4,310	Sangat Setuju
	X1.5	4,090	Setuju
	X1.6	4,450	Sangat Setuju
	X1.7	4,720	Sangat Setuju
	Mean	4,289	Sangat Setuju
<i>Attitude Toward Visiting Green Hotel (X2)</i>	X2.1	3,970	Setuju
	X2.2	4,040	Setuju
	X2.3	4,240	Sangat Setuju
	X2.4	4,170	Setuju
	X2.5	4,160	Setuju
	X2.6	4,200	Setuju
	X2.7	4,330	Sangat Setuju
	Mean	4,159	Setuju
<i>Subjective Norms (X3)</i>	X3.1	3,490	Setuju
	X3.2	3,400	Cukup Setuju
	X3.3	3,650	Setuju
	Mean	3,513	Setuju

Variabel	Item	Mean	Kategori
<i>Perceived Behavioral Control (X4)</i>	X4.1	4,300	Sangat Setuju
	X4.2	3,870	Setuju
	X4.3	3,740	Setuju
	Mean	3,970	Setuju
<i>Perceived Moral Obligation (X5)</i>	X5.1	3,990	Setuju
	X5.2	4,340	Sangat Setuju
	X5.3	4,060	Setuju
	X5.4	3,980	Setuju
	Mean	4,093	Setuju
<i>Intention to Visit Green Hotel (Y)</i>	Y.1	4,140	Setuju
	Y.2	4,030	Setuju
	Y.3	3,790	Setuju
	Mean	3,987	Setuju

Penilaian responden terhadap *Environmental Concern* memiliki nilai skor rata-rata keseluruhan sebesar 4,289 dimana termasuk dalam kategori sangat setuju. Indikator dengan skor mean tertinggi adalah item X1.7 “Menurut saya, kepedulian lingkungan merupakan tanggung jawab bersama.” dengan mean sebesar 4,720 yang menunjukkan bahwa responden merasa bahwa menjaga kelestarian lingkungan adalah tanggung jawab setiap individu dalam masyarakat dan mereka memiliki tingkat kesadaran yang sangat tinggi tentang pentingnya peran bersama dalam upaya melindungi dan merawat lingkungan. Indikator dengan skor mean paling rendah adalah item X1.2 dan X1.3 “Menurut saya, perilaku manusia berhubungan dengan terjadinya bencana lingkungan.” dan “Menurut saya, alam memiliki keseimbangan yang mudah terganggu sehingga rentan terhadap kerusakan.” dengan nilai mean sebesar 4,070. Hal ini menunjukkan responden mungkin merasa bahwa meskipun ada hubungan antara perilaku manusia dan kerusakan lingkungan, mereka belum sepenuhnya yakin bahwa tindakan manusia secara langsung memicu bencana lingkungan secara signifikan. Begitu pula, meskipun mereka memahami bahwa alam memiliki keseimbangan yang rapuh, mereka mungkin merasa bahwa kerusakan yang terjadi tidak sepenuhnya bersifat fatal atau bahwa ada potensi untuk pemulihan.

Penilaian responden terhadap *Attitude Toward Visiting Green Hotel* memiliki nilai skor mean keseluruhan sebesar 4,159 dimana termasuk dalam kategori setuju. Indikator dengan skor mean tertinggi adalah item X2.7 “Menurut saya, menginap di hotel ramah lingkungan saat bepergian merupakan aktifitas positif.” dengan mean sebesar 4,330 yang menunjukkan bahwa menginap di hotel ramah lingkungan adalah pilihan yang baik dan mendukung keberlanjutan lingkungan. Responden secara umum memiliki sikap positif terhadap konsep hotel ramah lingkungan dan melihatnya sebagai langkah yang mendukung upaya pelestarian alam. Indikator dengan skor mean paling rendah adalah item X2.1 “Saya mempertimbangkan untuk menginap di hotel ramah lingkungan saat bepergian.” dengan nilai mean sebesar 3,970. Hal ini menunjukkan bahwa responden mungkin merasa bahwa meskipun mereka menyetujui konsep hotel ramah lingkungan, mereka belum sepenuhnya yakin atau tidak selalu mempertimbangkan pilihan tersebut saat merencanakan perjalanan mereka.

Penilaian responden terhadap *Subjective Norms* memiliki nilai skor mean keseluruhan sebesar 3,513 dimana termasuk dalam kategori setuju. Indikator dengan skor mean tertinggi adalah item X3.3 “Saya akan menginap di hotel ramah lingkungan karena orang yang saya hormati/percayai juga menginap di hotel ramah lingkungan.” dengan mean sebesar 3,650 yang menunjukkan bahwa responden merasa pengaruh sosial dari orang-orang yang mereka hormati atau percayai, seperti teman atau tokoh yang dianggap penting, dapat memotivasi mereka untuk memilih hotel ramah lingkungan. Di sisi lain, indikator dengan skor mean paling rendah adalah item X3.2 “Saya merasakan bahwa orang-orang terdekat (keluarga, teman dekat, pasangan,

atasan di tempat kerja) mengharapkan saya untuk menginap di hotel ramah lingkungan.” dengan nilai mean sebesar 3,400. Hal ini menunjukkan bahwa responden mungkin merasa meskipun ada kesadaran terhadap pentingnya keberlanjutan, mereka tidak merasakan tekanan atau harapan yang kuat dari orang-orang terdekat mereka untuk menginap di hotel ramah lingkungan.

Penilaian responden terhadap *Perceived Behavioral Control* memiliki nilai skor mean keseluruhan sebesar 3,970 dimana termasuk dalam kategori setuju. Indikator dengan skor mean tertinggi adalah item X4.1 “Menginap di hotel ramah lingkungan sepenuhnya bergantung pada keputusan saya sendiri.” dengan mean sebesar 4,300 yang menunjukkan bahwa mereka memiliki kontrol penuh dalam keputusan untuk menginap di hotel ramah lingkungan. Di sisi lain, indikator dengan skor mean paling rendah adalah item X4.3 “Saya memiliki akses informasi, sumber daya, waktu, dan kesempatan untuk menginap di hotel ramah lingkungan saat bepergian.” dengan nilai mean sebesar 3,740. Hal ini menunjukkan bahwa responden mungkin merasa bahwa meskipun mereka memiliki keinginan untuk memilih hotel ramah lingkungan, mereka merasa terbatas oleh keterbatasan akses informasi, sumber daya, atau kesempatan untuk melakukannya.

Penilaian responden terhadap *Perceived Moral Obligation* memiliki nilai skor mean keseluruhan sebesar 4,093 dimana termasuk dalam kategori setuju. Indikator dengan skor mean tertinggi adalah item X5.2 “Saya merasa memiliki kewajiban untuk memelihara kelestarian lingkungan demi generasi yang akan datang.” dengan mean sebesar 4,340 yang menunjukkan bahwa responden merasa sangat bertanggung jawab untuk menjaga kelestarian lingkungan demi kepentingan generasi mendatang. Di sisi lain, indikator dengan skor mean paling rendah adalah item X5.4 “Saya menyadari bahwa ada dampak merusak yang ditimbulkan oleh sektor perhotelan terhadap lingkungan, sehingga saya merasa memiliki kewajiban etis untuk mengurangi dampak terhadap lingkungan dengan cara menginap di hotel ramah lingkungan.” dengan nilai mean sebesar 3,980. Hal ini menunjukkan responden mungkin merasa bahwa mereka memiliki kewajiban etis yang cukup kuat untuk memilih hotel ramah lingkungan sebagai cara untuk mengurangi dampak tersebut.

Penilaian responden terhadap *Intention to Visit Green Hotel* memiliki nilai skor mean keseluruhan sebesar 3,987 dimana termasuk dalam kategori setuju. Indikator dengan skor mean tertinggi adalah item Y.1 “Saya bersedia menginap di hotel ramah lingkungan saat bepergian.” dengan mean sebesar 4,140 yang menunjukkan bahwa responden merasa terbuka dan memiliki keinginan yang kuat untuk memilih hotel ramah lingkungan saat bepergian. Di sisi lain, indikator dengan skor mean paling rendah adalah item Y.3 “Saya akan berkomitmen untuk menginap di hotel ramah lingkungan saat bepergian.” dengan nilai mean sebesar 3,790. Hal ini menunjukkan bahwa responden mungkin merasa bahwa responden mungkin merasa bahwa meskipun mereka bersedia menginap di hotel ramah lingkungan, mereka belum sepenuhnya berkomitmen untuk memilihnya secara konsisten setiap kali bepergian.

Uji Hipotesis

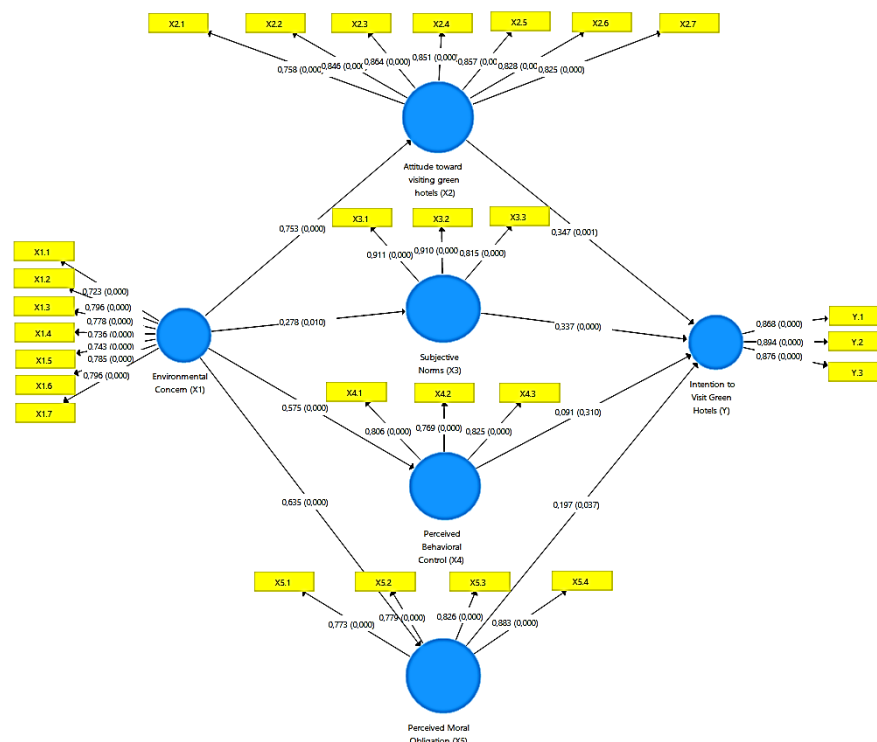
Pengujian hipotesis dapat dilihat berdasarkan nilai *path coefficient* (koefisien jalur), nilai *T-statistic*, dan nilai *P-value*. Koefisien jalur beserta nilai *P-value*

Tabel 8. Koefisien Jalur dan Nilai P-values

	Hubungan Antar Variabel	Original Sample	T-statistic	P-values	Kesimpulan
H1	Environmental Concern (X1) -> Attitude Toward Visiting Green Hotel (X2)	0,753	11,987	0,000	H1 diterima
H2	Environmental Concern (X1) -> Subjective Norms (X3)	0,278	2,549	0,011	H2 diterima

	Hubungan Antar Variabel	Original Sample	T-statistic	P-values	Kesimpulan
H3	Environmental Concern (X1) -> Perceived Behavioral Control (X4)	0,575	8,035	0,000	H3 diterima
H4	Environmental Concern (X1) -> Perceived Moral Obligation (X5)	0,635	7,244	0,000	H4 diterima
H5	Attitude Toward Visiting Green Hotel (X2) -> Intention to Visit Green Hotel	0,347	3,352	0,001	H5 diterima
H6	Subjective Norms (X3) -> Intention to Visit Green Hotel	0,337	4,174	0,000	H6 diterima
H7	Perceived Behavioral Control (X4) -> Intention to Visit Green Hotel	0,091	1,015	0,310	H7 ditolak
H8	Perceived Moral Obligation (X5) -> Intention to Visit Green Hotel	0,197	2,096	0,036	H8 diterima

Berdasarkan tabel 8. di atas yang menunjukkan hubungan antar variabel yang dapat disimpulkan nilai koefisien jalur pada original sample pada semua hipotesis bernilai positif sesuai dengan arah hubungan teoritis. Selanjutnya, nilai *T-statistic* untuk tingkat signifikansi 5% harus > 1,96 dan nilai *P-value* < 0,05 agar dapat dikatakan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Namun, hasil uji hipotesis dimana pada hipotesis 7 nilai *T-statistic* < 1,96 yang dan nilai *P-value* > 0,05, sehingga H7 ditolak. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa *Environmental Concern* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Visiting Green Hotel*, *Environmental Concern* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Subjective Norms*, *Environmental Concern* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Behavioral Control*, *Environmental Concern* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Moral Obligation*, *Attitude Toward Visiting Green Hotel* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Visit Green Hotel*, *Subjective Norms* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Visit Green Hotel*, *Perceived Behavioral Control* tidak berpengaruh terhadap *Intention to Visit Green Hotel*, dan *Perceived Moral Obligation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Visit Green Hotel*.



Gambar 1. Koefisien jalur dan nilai P-values

R-Square

Nilai koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 9. Nilai R^2

Variabel	R^2	Keterangan
<i>Attitude Toward Visiting Green Hotel (X2)</i>	0,566	Sedang
<i>Subjective Norms (X3)</i>	0,077	Sangat Lemah
<i>Perceived Behavioral Control (X4)</i>	0,330	Sedang
<i>Perceived Moral Obligation (X5)</i>	0,403	Sedang
<i>Intention to Visit Green Hotel (Y)</i>	0,669	Sedang

Berdasarkan tabel 9. diketahui bahwa nilai R^2 tertinggi terdapat pada variabel *Intention to Visit Green Hotel* dimana sebesar 66,9% variabel ini dapat dijelaskan oleh variabel *Attitude*, *Subjective Norms*, *Perceived Behavioral Control*, dan *Perceived Moral Obligation*, sedangkan sisanya sebesar 33,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar model. Nilai ini menunjukkan kemampuan model dalam menjelaskan niat berkunjung ke *Green Hotel* berada pada kategori sedang menuju kuat. Sementara itu, nilai R^2 untuk variabel *Attitude Toward Visiting Green Hotel*, *Perceived Behavioral Control*, dan *Perceived Moral Obligation* yang berarti dipengaruhi oleh *Environmental Concern* tergolong pada kategori sedang. Variabel *Subjective Norms* memiliki nilai R^2 paling rendah yaitu 0,077, sehingga kemampuan prediksi model terhadap variabel ini tergolong sangat lemah. Dengan demikian, secara umum model penelitian ini cukup baik dalam menjelaskan niat berkunjung ke hotel ramah lingkungan, namun masih memiliki keterbatasan dalam menjelaskan *Subjective Norms*, yang hanya dijelaskan sebagian kecil oleh variabel eksogen dalam model.

Q-Square

Nilai *predictive relevance* (Q^2) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 10. Nilai Q^2

Variabel	$Q^2_{predict}$	Keterangan
<i>Attitude Toward Visiting Green Hotel (X2)</i>	0,564	Relevan
<i>Intention to Visit Green Hotel</i>	0,198	Relevan
<i>Perceived Behavioral Control (X4)</i>	0,301	Relevan
<i>Perceived Moral Obligation (X5)</i>	0,368	Relevan
<i>Subjective Norms (X3)</i>	0,034	Relevan

Berdasarkan tabel 10 seluruh konstruk dalam model memiliki nilai Q^2 yang lebih besar dari 0, sehingga disimpulkan bahwa model ini memiliki relevansi prediktif. Dengan demikian, variabel *Environmental Concern* dapat digunakan untuk memprediksi sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, dan kewajiban moral, yang selanjutnya memengaruhi niat berkunjung ke *Green Hotel*.

F-Square

Nilai f^2 dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Table 11. Nilai f^2

Hubungan Antar Variabel	f^2	Keterangan
H1 <i>Environmental Concern (X1) -> Attitude Toward Visiting Green Hotel (X2)</i>	1,306	Efek besar
H2 <i>Environmental Concern (X1) -> Subjective Norms (X3)</i>	0,084	Efek kecil
H3 <i>Environmental Concern (X1) -> Perceived Behavioral Control (X4)</i>	0,493	Efek besar
H4 <i>Environmental Concern (X1) -> Perceived Moral Obligation (X5)</i>	0,674	Efek besar
H5 <i>Attitude Toward Visiting Green Hotel (X2) -> Intention to Visit Green Hotel (Y)</i>	0,135	Efek kecil
H6 <i>Subjective Norms (X3) -> Intention to Visit Green Hotel (Y)</i>	0,227	Efek sedang
H7 <i>Perceived Behavioral Control (X4) -> Intention to Visit Green Hotel (Y)</i>	0,014	Tidak signifikan
H8 <i>Perceived Moral Obligation (X5) -> Intention to Visit Green Hotel (Y)</i>	0,045	Efek kecil

Nilai *effect size* $f^2 < 0,02$ dianggap tidak signifikan, $< 0,15$ termasuk efek kecil, $< 0,35$ termasuk efek sedang dan $\leq 0,35$ termasuk efek besar. Berdasarkan Tabel 11, menunjukkan bahwa variabel *Environmental Concern* memiliki ukuran pengaruh f^2 yang tergolong besar terhadap *Attitude Toward Visiting Green Hotel*, *Perceived Behavioral Control*, dan *Perceived Moral Obligation*, serta kecil terhadap *Subjective Norms*. Artinya, jika variabel *Environmental Concern* dihilangkan dari model, maka koefisien determinasi (R^2) variabel *Attitude* dan *Moral Obligation* akan mengalami penurunan yang cukup besar, sedangkan pengaruhnya terhadap *Subjective Norms* relatif kecil. Selanjutnya, variabel *Attitude Toward Visiting Green Hotel* memiliki ukuran pengaruh f^2 yang tergolong kecil terhadap *Intention to Visit Green Hotel*, begitu juga dengan *Perceived Moral Obligation* yang memberikan pengaruh kecil, dan *Subjective Norms* memberikan pengaruh yang sedang. Sementara itu, *Perceived Behavioral Control* menunjukkan ukuran efek f^2 yang sangat kecil (tidak signifikan), artinya jika variabel ini dihilangkan dari model maka koefisien determinasi variabel *Intention* tidak akan mengalami perubahan yang berarti.

Pembahasan

Pengaruh Environmental Concern terhadap Attitude Toward Visiting Green Hotel

Berdasarkan hasil analisis, *Environmental Concern* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude* generasi Z dalam memilih hotel ramah lingkungan. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepedulian terhadap lingkungan yang dimiliki oleh generasi Z, semakin positif sikap mereka terhadap hotel yang menerapkan prinsip ramah lingkungan. Artinya, individu yang lebih peduli terhadap masalah lingkungan cenderung memiliki sikap yang lebih mendukung dan menghargai hotel yang mengutamakan keberlanjutan dalam operasionalnya.

Indikator dengan skor mean tertinggi pada variabel *Environmental Concern* adalah pernyataan “Saya pikir kita harus peduli terhadap masalah lingkungan”, yang menunjukkan bahwa responden sangat setuju bahwa menjaga kelestarian lingkungan adalah tanggung jawab bersama. Artinya, responden memiliki kesadaran yang sangat tinggi bahwa isu-isu lingkungan tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah atau organisasi tertentu, tetapi juga tanggung jawab setiap individu. Hal ini mengindikasikan bahwa generasi Z memahami pentingnya kontribusi pribadi dalam upaya pelestarian alam, yang juga berperan dalam meningkatkan sikap positif mereka terhadap pilihan akomodasi yang ramah lingkungan. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya yang menyatakan bahwa kepedulian terhadap masalah lingkungan berpengaruh terhadap sikap positif konsumen terhadap produk atau layanan yang ramah lingkungan, termasuk dalam sektor pariwisata (Pan et al., 2022).

Pengaruh Environmental Concern terhadap Subjective Norms

Hasil analisis menunjukkan bahwa *Environmental Concern* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Subjective Norms* generasi Z dalam menginap di hotel ramah lingkungan. Ini mengartikan bahwa semakin tinggi tingkat kepedulian terhadap lingkungan, semakin besar dorongan atau tekanan sosial yang dirasakan oleh individu untuk memilih hotel yang ramah lingkungan, terutama dari orang-orang terdekat mereka. Ini menunjukkan bahwa kepedulian terhadap lingkungan tidak hanya mempengaruhi sikap individu secara pribadi, tetapi juga memengaruhi bagaimana mereka merasakan harapan sosial dari keluarga, teman, atau masyarakat.

Indikator dengan skor mean tertinggi pada variabel ini adalah “Saya akan menginap di hotel ramah lingkungan karena orang yang saya hormati/percayai juga menginap di hotel ramah

lingkungan". Artinya, norma sosial yang datang dari orang-orang yang dihormati atau dipercaya oleh individu memainkan peran penting dalam keputusan mereka untuk memilih hotel ramah lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa generasi Z cenderung dipengaruhi oleh orang-orang terdekat yang memiliki pandangan atau kebiasaan serupa, dan mereka merasa dorongan untuk bertindak sesuai dengan harapan atau perilaku yang ditunjukkan oleh orang-orang yang mereka anggap penting. Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh sebelumnya yang menemukan bahwa norma sosial berpengaruh terhadap norma subjektif di hotel hijau (Chi et al., 2023). Norma subjektif, terutama yang berasal dari kelompok sosial yang dianggap penting, dapat memotivasi individu untuk memilih hotel ramah lingkungan (Mugiarti et al., 2022).

Pengaruh Environmental Concern terhadap Perceived Behavioral Control

Berdasarkan hasil analisis penelitian, bahwa *Environmental Concern* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Behavioral Control* generasi Z dalam menginap di hotel ramah lingkungan. Semakin tinggi tingkat kepedulian terhadap lingkungan, semakin besar keyakinan generasi Z bahwa mereka dapat mengakses hotel ramah lingkungan dan memiliki kontrol atas keputusan mereka untuk menginap di tempat tersebut. Dengan kata lain, individu yang lebih peduli terhadap lingkungan merasa bahwa mereka dapat membuat keputusan yang sesuai dengan nilai-nilai keberlanjutan yang mereka anut, tanpa adanya hambatan yang berarti.

Indikator dengan skor mean tertinggi pada variabel *Perceived Behavioral Control* adalah "Menginap di hotel ramah lingkungan sepenuhnya bergantung pada keputusan saya sendiri". Artinya, responden merasa bahwa mereka memiliki kontrol penuh atas keputusan untuk memilih hotel ramah lingkungan, yang menunjukkan tingkat kepercayaan diri yang tinggi dalam membuat keputusan berdasarkan preferensi pribadi. Ini juga mencerminkan bahwa mereka merasa mampu melakukan pilihan yang sesuai dengan keyakinan mereka terhadap keberlanjutan, tanpa ada faktor eksternal yang membatasi pilihan mereka. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa kontrol perilaku yang dirasakan sangat memengaruhi kunjungan ke hotel hijau (Muniandy et al., 2019).

Pengaruh Environmental Concern terhadap Perceived Moral Obligation

Hasil analisis menunjukkan bahwa *Environmental Concern* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Moral Obligation* generasi Z dalam memilih hotel ramah lingkungan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin peduli individu terhadap masalah lingkungan, semakin besar rasa kewajiban moral yang mereka rasakan untuk bertindak secara ramah lingkungan, termasuk dalam memilih hotel yang mendukung keberlanjutan. Artinya, individu yang lebih peduli terhadap isu lingkungan merasa bahwa mereka memiliki tanggung jawab etis untuk bertindak sesuai dengan nilai-nilai keberlanjutan, baik dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam keputusan pembelian.

Indikator dengan skor mean tertinggi pada variabel *Perceived Moral Obligation* adalah "Saya merasa memiliki kewajiban untuk memelihara kelestarian lingkungan demi generasi yang akan datang" dengan nilai mean 4,340. Ini menunjukkan bahwa responden merasa sangat bertanggung jawab terhadap generasi mendatang dan memahami bahwa tindakan mereka hari ini akan memengaruhi lingkungan bagi generasi yang akan datang. Hal ini mengindikasikan bahwa mereka merasa terdorong untuk bertindak ramah lingkungan sebagai bagian dari tanggung jawab moral mereka terhadap kelangsungan hidup planet ini. Temuan ini sejalan dengan penelitian lain yang mengemukakan bahwa Semakin tinggi kepedulian lingkungan seseorang, semakin tinggi pula kewajiban moral yang ia rasakan untuk berperilaku ramah

lingkungan, termasuk dalam memilih *Green Hotels*, kepedulian lingkungan secara positif signifikan mempengaruhi kewajiban moral wisatawan (Ya & Yan, 2024).

Pengaruh Attitude terhadap Intention to Visit Green Hotel

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, *Attitude* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Visit Green Hotel*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin positif sikap individu terhadap hotel ramah lingkungan, semakin besar niat mereka untuk memilih hotel tersebut saat bepergian. Sikap yang positif ini berkaitan dengan pandangan mereka bahwa hotel ramah lingkungan tidak hanya memberikan kenyamanan, tetapi juga mendukung tujuan keberlanjutan lingkungan.

Indikator dengan skor mean tertinggi pada variabel *Attitude* adalah “Menurut saya, menginap di hotel ramah lingkungan saat bepergian merupakan aktivitas positif”. Artinya responden sangat setuju bahwa memilih hotel ramah lingkungan adalah keputusan yang baik, yang berarti mereka menganggap bahwa keputusan tersebut memberikan manfaat tidak hanya untuk diri mereka sendiri tetapi juga untuk lingkungan. Ini menunjukkan bahwa sikap positif terhadap hotel hijau sangat mendukung niat untuk menginap di hotel yang ramah lingkungan. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa sikap terhadap hotel ramah lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap niat berkunjung ke hotel hijau (Azmi et al. (2024). Penelitian sebelumnya juga mengungkapkan bahwa sikap positif terhadap hotel ramah lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap niat menginap di hotel hijau (Febrianto et al., 2024).

Pengaruh Subjective Norms terhadap Intention to Visit Green Hotel

Hasil analisis menunjukkan bahwa *Subjective Norms* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Visit Green Hotel*. Hal ini mengindikasikan bahwa generasi Z lebih cenderung memilih hotel ramah lingkungan apabila mereka merasa ada harapan atau dorongan dari orang-orang terdekat mereka, seperti keluarga, teman, atau bahkan masyarakat umum, yang juga menginap di hotel ramah lingkungan. Dengan kata lain, norma sosial yang berkembang dalam kelompok sosial mereka memiliki pengaruh yang signifikan dalam membentuk niat mereka untuk menginap di hotel hijau. Indikator dengan skor mean tertinggi pada variabel *Subjective Norms* adalah pernyataan “Saya akan menginap di hotel ramah lingkungan karena orang yang saya hormati/percayai juga menginap di hotel ramah lingkungan”, yang menunjukkan bahwa norma sosial memiliki peran besar dalam mempengaruhi niat generasi Z untuk memilih hotel ramah lingkungan. Hal ini mengindikasikan bahwa pengaruh orang-orang terdekat sangat kuat dalam keputusan mereka, dan mereka merasa terdorong untuk bertindak sesuai dengan harapan sosial tersebut.

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menemukan bahwa norma subyektif secara positif mempengaruhi niat konsumen untuk mengunjungi hotel hijau, dimana ketika konsumen percaya bahwa orang penting bagi mereka mendukung pilihan ramah lingkungan, niat mereka untuk mengunjungi hotel tersebut meningkat (Ferreira et al., 2023). Adapula penelitian sebelumnya juga mendukung temuan ini dengan menunjukkan tekanan sosial yang berasal dari kelompok sosial yang dianggap penting akan meningkatkan niat individu untuk mengadopsi perilaku ramah lingkungan Fauzi et al. (2024).

Pengaruh Perceived Behavioral Control terhadap Intention to Visit Green Hotel

Berdasarkan hasil analisis, *Perceived Behavioral Control* terbukti tidak berpengaruh terhadap *Intention to Visit Green Hotel*. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun *Perceived Behavioral Control* dapat dianggap sebagai faktor yang memengaruhi perilaku dalam Theory of

Planned Behavior (TPB), pada kasus ini *Perceived Behavioral Control* tidak berperan atau berkontribusi dalam membentuk niat generasi Z untuk mengunjungi hotel ramah lingkungan.

Indikator dengan skor mean terendah pada variabel *Perceived Behavioral Control* adalah pernyataan “Saya memiliki akses informasi, sumber daya, waktu, dan kesempatan untuk menginap di hotel ramah lingkungan saat bepergian”. Hal ini menunjukkan bahwa generasi Z merasa memiliki keterbatasan dalam berbagai sumber daya untuk melakukan pemilihan akomodasi. Mereka merasa bahwa terdapat hambatan yang dirasakan berupa informasi, waktu, dan kesempatan dalam memilih hotel ramah lingkungan, yang kemudian berpengaruh pada minat mereka untuk menginap di *Green Hotel*. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa *Perceived Behavioral Control* tidak berpengaruh signifikan terhadap niat generasi millennial untuk mengunjungi hotel hijau di India Jaitley et al. (2023). Penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun PBC adalah faktor dalam Theory of Planned Behavior, faktor-faktor lain jauh lebih berpengaruh dalam membentuk niat untuk memilih hotel hijau.

Pengaruh Perceived Moral Obligation terhadap Intention to Visit Green Hotel

Hasil analisis menunjukkan bahwa *Perceived Moral Obligation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Visit Green Hotel*. Hasil ini menunjukkan bahwa generasi Z yang merasa memiliki kewajiban moral untuk melindungi lingkungan cenderung memiliki niat yang lebih besar untuk menginap di hotel ramah lingkungan. Mereka melihat pilihan untuk menginap di hotel hijau bukan hanya sebagai keputusan pribadi tetapi juga sebagai tindakan moral yang mendukung pelestarian lingkungan untuk generasi mendatang. Indikator dengan skor mean tertinggi pada variabel *Perceived Moral Obligation* adalah pernyataan “Saya merasa memiliki kewajiban untuk memelihara kelestarian lingkungan demi generasi yang akan datang”, yang menunjukkan bahwa generasi Z memiliki tingkat kesadaran yang tinggi akan pentingnya tindakan berkelanjutan. Mereka merasa bahwa memilih hotel ramah lingkungan adalah bagian dari tanggung jawab moral mereka untuk memastikan masa depan yang lebih baik bagi generasi mendatang. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa rasa kewajiban moral yang kuat untuk terlibat dalam tindakan yang bertanggung jawab terhadap lingkungan meningkatkan perilaku pendekatan pelanggan terhadap hotel hijau (Han et al., 2020). Penelitian sebelumnya yang menunjukkan *Perceived Moral Obligation* berpengaruh positif signifikan terhadap customer stay intention di hotel hijau (Lim et al., 2019). Konsumen merasa memiliki kewajiban moral untuk melindungi ekosistem dan mencegah penggunaan sumber daya alam yang terbatas.

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat Generasi Z dalam menginap di Green Hotel dengan menggunakan kerangka Theory of Planned Behavior (TPB). Fokus penelitian diarahkan pada pengaruh Environmental Concern, Attitude Toward Visiting Green Hotel, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control, dan Perceived Moral Obligation terhadap Intention to Visit Green Hotel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Environmental Concern berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap, norma subjektif, kontrol perilaku yang dipersepsikan, dan kewajiban moral yang dipersepsikan. Lebih lanjut, sikap, norma subjektif, serta kewajiban moral terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menginap, sedangkan kontrol perilaku yang dipersepsikan tidak menunjukkan pengaruh yang berarti. Temuan ini menegaskan bahwa TPB merupakan kerangka teoritis yang kuat untuk memprediksi perilaku konsumen terkait keberlanjutan, khususnya dalam konteks pemilihan akomodasi ramah lingkungan oleh Generasi Z.

Implikasi praktis dari penelitian ini adalah perlunya strategi pemasaran Green Hotel yang menekankan pada peningkatan kesadaran lingkungan, pembentukan tanggung jawab moral, dan penguatan norma sosial yang mendukung perilaku berkelanjutan. Namun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah sampel yang relatif kecil, yaitu hanya 100 responden, serta penggunaan teknik purposive sampling berbasis daring yang berpotensi bias terhadap kelompok tertentu. Kondisi ini membatasi generalisasi hasil pada keseluruhan Generasi Z di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan melibatkan jumlah sampel yang lebih besar dengan sebaran demografis yang lebih beragam, serta mempertimbangkan variabel tambahan seperti Environmental Knowledge, Green Trust, maupun faktor sosial budaya yang lebih kontekstual, sehingga pemahaman mengenai determinan niat menginap di Green Hotel menjadi lebih komprehensif.

Acknowledgment

-

Daftar Pustaka

- Achadi, A., Surveyandini, M., & Prabawa, A. (2021). Pengaruh Kualitas Website E-Commerce, Kepercayaan, Persepsi Risiko dan Norma Subyektif terhadap Minat Beli Secara Online di bukalapak.com. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 21(3), 1207. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v21i3.1628>
- Ajzen, I. (2016). Consumer attitudes and behavior: The theory of planned behavior applied to food consumption decisions. *Italian Review of Agricultural Economics*, 121-138 Pages. <https://doi.org/10.13128/REA-18003>
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Al-Nahdi, T. S., Habib, S. A., Abu Bakar, A. H., Bahklah, M. S., Ghazzawi, O. H., & Al-Attas, H. A. (2015). The Effect of Attitude, Dimensions of Subjective Norm, and Perceived Behavior Control, on the Intention to Purchase Real Estate in Saudi Arabia. *International Journal of Marketing Studies*, 7(5), p120. <https://doi.org/10.5539/ijms.v7n5p120>
- Annamdevula, S., Nudurupati, S. S., Pappu, R. P., & Sinha, R. (2023). Moral obligation for recycling among youth: Extended models of the theory of planned behaviour. *Young Consumers*, 24(2), 165–183. <https://doi.org/10.1108/YC-05-2022-1520>
- Apriyanti, M. E., & Hatmoko, B. D. (2024). Peran Pariwisata terhadap PDRB dan Dampaknya terhadap Penyerapan Tenaga Kerja di Provinsi Bali. *Sosio E-Kons*, 16(2), 135. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v16i2.23319>
- Atalay, A., Perkumiene, D., Labanauskas, G., & Perkumas, A. (2024). Environmental challenges in recreation and hospitality services of SPA centers. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8(7), 4710. <https://doi.org/10.24294/jipd.v8i7.4710>
- Azmi, W. N. A. H. W. M., Abdullah, N. M., Ngali, N., & Rahmat, N. (2024). Factors that Influence Customer Intention to Visit Green Hotel in Malaysia. *Asian Journal of Research in Education and Social Sciences*, 6. <https://doi.org/10.55057/ajress.2024.6.S1.18>
- Badan Pusat Statistik. (2024a). *Jumlah Akomodasi, Kamar, dan Tempat Tidur yang Tersedia pada Hotel Bintang, 2019-2021*.

- Badan Pusat Statistik, B. P. S. (2024b). Not in Employment, Education, and Training/NEET pada Gen Z. *Badan Pusat Statistik Kota Tasikmalaya*.
- Bagiartana, I. M. G. P., & Adi, I. N. R. (2023). Interest In Buying Millennial Generation Electric Motorcycles with Theory of Planned Behaviour and Environmental Concern as Determining Factors. *Quantitative Economics and Management Studies*, 4(6), 1227–1239. <https://doi.org/10.35877/454RI.qems2120>
- Basseto, C. D. O., & Mendes, C. (2024). A geração z: Da universidade ao mercado de trabalho, os desafios e contradições: Generation Z: From University to the Job Market, Challenges and Contradictions. *RCMOS - Revista Científica Multidisciplinar O Saber*, 1(1). <https://doi.org/10.51473/rcmos.v1i1.2024.570>
- Biduri, S. (2018). Apakah Theory Planned of Behaviour Dapat Mempengaruhi Perilaku Academic Fraud? *Journal of Accounting Science*, 2(2), 151–164. <https://doi.org/10.21070/jas.v2i2.2097>
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.09.006>
- Chi, X., Meng, B., Lee, H., Chua, B., & Han, H. (2023). Pro-environmental employees and sustainable hospitality and tourism businesses: Exploring strategic reasons and global motives for green behaviors. *Business Strategy and the Environment*, 32(7), 4167–4182. <https://doi.org/10.1002/bse.3359>
- Deri, M. N., Singh, A., Zaazie, P., & Anandene, D. (2024). Demystifying Sustainable Practices in the Hotel Industry: Evidence From Ghana. In I. O. Ganiyu, O. M. Olarewaju, A. Y. Ige-Olaobaju, & S. O. Atiku (Eds.), *Advances in Logistics, Operations, and Management Science* (pp. 21–44). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-2595-7.ch002>
- Fauzi, M. A., Hanafiah, M. H., & Kunjuran, V. (2024). Tourists' intention to visit green hotels: Building on the theory of planned behaviour and the value-belief-norm theory. *Journal of Tourism Futures*, 10(2), 255–276. <https://doi.org/10.1108/JTF-01-2022-0008>
- Febrianto, I. G. A., Anggani, M. F., & Pinaria, N. W. C. (2024). The Influence of Attitudes and Subjective Norms of Domestic Millennial Tourists on the Intention to Stay at An Environmentally-Friendly Hotel. *Journal of Tourism Sustainability*, 4(1), 8–16. <https://doi.org/10.35313/jtospolban.v4i1.109>
- Fei, A., Kim, J., & Kim, S. I. (2024). Effects of environmental sustainability practice in the economy hotel to Gen Zer's purchase decision: Behavior economy approach using choice based conjoint analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 118, 103678. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2023.103678>
- Ferreira, S., Pereira, O., & Simões, C. (2023). Determinants of consumers' intention to visit green hotels: Combining psychological and contextual factors. *Journal of Vacation Marketing*, 13567667231217755. <https://doi.org/10.1177/13567667231217755>
- Gao, Y.-T. (2020). Revealing the Psychological Basis of Green Hotel Visiting Intention with the Extended Theory of Planned Behavior: An Empirical Study in Shenzhen, China. In F. K. S. Chan, H. K. Chan, T. Zhang, & M. Xu (Eds.), *Proceedings of the 2020 International Conference on Resource Sustainability: Sustainable Urbanisation in the BRI Era (icRS*

- Urbanisation 2020*) (pp. 459–469). Springer Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-15-9605-6_32
- Greenview. (2024). *Hotel Footprinting Tool*. <https://www.hotelfootprints.org/>
- Gul, S., & Ahmed, W. (2024). Enhancing the Theory of Planned Behavior with Perceived Consumer Effectiveness and Environmental Concern towards Pro-Environmental Purchase Intentions for Eco-Friendly Apparel: A Review Article. *Bulletin of Business and Economics (BBE)*, 13(1). <https://doi.org/10.61506/01.00270>
- Han, H., Chen, C., Lho, L. H., Kim, H., & Yu, J. (2020). Green Hotels: Exploring the Drivers of Customer Approach Behaviors for Green Consumption. *Sustainability*, 12(21), 9144. <https://doi.org/10.3390/su12219144>
- Hasudungan, A., Raeskyesa, D. G. S., Lukas, E. N., & Ramadhanti, F. (2021). Analysis Of The Tourism Sector In Indonesia Using The Input-Output And Error-Correction Model Approach. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 10(1), 73. <https://doi.org/10.26418/jebik.v10i1.44329>
- Hidayah, A. N., & Widanti, E. M. (2023). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku terhadap Niat Berwisata Pasca Pandemi COVID-19. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 6(2), 279–287. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i2.60035>
- Jaitley, S., K V, S., & Mathew, A. O. (2023). Millennials' Intention to Visit Green Hotels in India—A Preliminary Analysis Using the Theory of Planned Behavior. *RAiSE-2023*, 128. <https://doi.org/10.3390/engproc2023059128>
- Jana, A., Shandilya, G., & Srivastava, P. (2024). Eco-conscious luxury: Decoding the preferences of affluent travellers in sustainable hospitality. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*. <https://doi.org/10.1108/JHTI-04-2024-0375>
- Jhajhra, J. (2024). Emerging Trends in Hospitality Sector. *Shodh Sari-An International Multidisciplinary Journal*, 03(03), 25–32. <https://doi.org/10.59231/SARI7715>
- Johanes, R., Takari, D., & Sabirin, S. (2024). Review of the tourist industry's role in Indonesia's GDP growth. *Journal Magister Ilmu Ekonomi Universitas Palangka Raya: GROWTH*, 10(1), 8–17. <https://doi.org/10.52300/grow.v10i1.15151>
- Joo, Y., Seok, H., & Nam, Y. (2020). The Moderating Effect of Social Media Use on Sustainable Rural Tourism: A Theory of Planned Behavior Model. *Sustainability*, 12(10), 4095. <https://doi.org/10.3390/su12104095>
- Kamenidou, I., Mamalis, S., Bara, E.-Z., Mylona, I., & Pavlidis, S. (2022). Segmenting the Generation Z Cohort Based on Evaluation of Hotel's Environmental Policy. In V. Katsoni & A. C. Șerban (Eds.), *Transcending Borders in Tourism Through Innovation and Cultural Heritage* (pp. 119–132). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-92491-1_7
- La Barbera, F., Amato, M., & Sannino, G. (2016). Understanding consumers' intention and behaviour towards functionalised food: The role of knowledge and food technology neophobia. *British Food Journal*, 118(4), 885–895. <https://doi.org/10.1108/BFJ-10-2015-0354>
- Lim, J. M., Al Madhoun, W., Yee, C. M., Nair, G., Siong, W. S., & Isiyaka, H. A. (2019). Factors influencing customer intention to stay in green hotel in Malaysia. *IOP Conference Series*:

Earth and Environmental Science, 228, 012022. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/228/1/012022>

- Mugiarti, M., Adawiyah, W. R., & Rahab, R. (2022). Green Hotel Visit Intention and the Role of Ecological Concern Among Young Tourists in Indonesia: A Planned Behavior Paradigm. *Tourism*, 70(2), 243–257. <https://doi.org/10.37741/t.70.2.6>
- Muniandy, K., Rahim, S. A., Ahmi, A., & Rahman, N. A. A. (2019). *Factors that Influence Customers' Intention to Visit Green Hotels in Malaysia*. 8(3).
- Pan, J., Teng, Y.-M., Wu, K.-S., & Wen, T.-C. (2022). Anticipating Z-generation tourists' green hotel visit intention utilizing an extended theory of planned behavior. *Frontiers in Psychology*, 13, 1008705. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1008705>
- Pratama, P., & Dirgantara, I. M. B. (2024). The Effect of Attitudes, Subjective Norms and Perceived Behavioral Control on Consumer Desire and Interest in Purchasing Bicycle Equipment and Supplies through the Marketplace. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 15(2), 313–325. <https://doi.org/10.33059/jseb.v15i2.8762>
- Purnama, S., Sunarjo, R. A., Rakhmansyah, M., & Rizky, A. (2024). Research Trends in Perceived Behavioral Control from a Bibliometric Perspective. *2024 3rd International Conference on Creative Communication and Innovative Technology (ICCIT)*, 1–6. <https://doi.org/10.1109/ICCIT62134.2024.10701216>
- Purwanti, D. (2017). Pendidikan Karakter Peduli Lingkungan Dan Implementasinya. *Dwija Cendekia: Jurnal Riset Pedagogik*, 1(2). <https://doi.org/10.20961/jdc.v1i2.17622>
- Sarwari, S. (2024). The Role of Sustainable Management Practices and Social Media in Shaping Generation Z's Preferences for Environment-Friendly Hotels. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 7(2), 76–94. <https://doi.org/10.53819/81018102t5341>
- Tamara, R. M. (2016). Peranan Lingkungan Sosial Terhadap Pembentukan Sikap Peduli Lingkungan Peserta Didik Di Sma Negeri Kabupaten Cianjur. *Jurnal Geografi Gea*, 16(1), 44. <https://doi.org/10.17509/gea.v16i1.3467>
- Tamuliene, V., Diaz-Meneses, G., & Vilkaite-Vaitone, N. (2024). The Cultural Roots of Green Stays: Understanding Touristic Accommodation Choices Through the Lens of the Theory of Planned Behavior. *Sustainability*, 16(22), 9947. <https://doi.org/10.3390/su16229947>
- Tavitiyaman, P., Zhang, X., & Chan, H. M. (2024). Impact of environmental awareness and knowledge on purchase intention of an eco-friendly hotel: Mediating role of habits and attitudes. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 7(5), 3148–3166. <https://doi.org/10.1108/JHTI-08-2023-0580>
- Thorsson, M. (2018). Investigating Consumer Motivations for Sustainable Hotel Practices and The Effect on Satisfaction and Attitudinal Loyalty. *Iowa State University*.
- Velaoras, K., Menegaki, A. N., Polyzos, S., & Gotzamani, K. (2024). *The Role of Environmental Certifications in the Hospitality Industry: Assessing Sustainability, Consumer Preferences and Economic Impact*. <https://doi.org/10.20944/preprints202410.2124.v2>
- Verma, V. K., & Chandra, B. (2018). An application of theory of planned behavior to predict young Indian consumers' green hotel visit intention. *Journal of Cleaner Production*, 172, 1152–1162. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.10.047>

- Wajdi, M., Susanto, B., Sutiarso, M. A., & Hadi, W. (2024). Profile of generation Z characteristics: Implications for contemporary educational approaches. *Kajian Pendidikan, Seni, Budaya, Sosial Dan Lingkungan*, 1(1), 33–44. <https://doi.org/10.58881/kpsbsl.v1i1.8>
- Wang, Y., Alli, H., & Md Ishak, S. M. (2023). Sustainable Tourism Souvenirs: Fostering Cultural Heritage Preservation Through Local Handicraft Product. *Journal of Tourism, Hospitality and Environment Management*, 8(34), 45–53. <https://doi.org/10.35631/JTHEM.834004>
- Wardana, A. M. (2021). *Analisis Hubungan Antara Religiosity, Attitude, Subjective Norm, Perceived Behavioral Control, Dan Intention To Use Pada Vaksin Covid-19 Astrazeneca*.
- Ya, Z., & Yan, D. X. (2024). Research On The Impact Of Moral Gaze On Tourists' Environmentally Responsible Behavior. *The Euraseans: Journal on Global Socio-Economic Dynamics*, 3(46), 254–267. [https://doi.org/10.35678/2539-5645.3\(46\).2024.254-267](https://doi.org/10.35678/2539-5645.3(46).2024.254-267)