

SKRIPSI

**PENGARUH GREEN TOURISM MARKETING, GREEN EXPERIENCE,
GREEN CONCERN, PERCEIVED GREEN TOURISM DAN GREEN
KNOWLEDGE TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE OBYEK WISATA
LAWANG SEWU**



FRANSISKA YULIANA

20.D1.0155

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA SEMARANG

2024/2025

**PENGARUH GREEN TOURISM MARKETING, GREEN EXPERIENCE,
GREEN CONCERN, PERCEIVED GREEN TOURISM DAN GREEN
KNOWLEDGE TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE OBYEK WISATA
LAWANG SEWU**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata



FRANSISKA YULIANA

20.D1.0155

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA SEMARANG

2024/2025

ABSTRAK

Green tourism merupakan praktik pariwisata berkelanjutan yang menjamin kebutuhan masa depan akan sumber daya lingkungan, ekonomi, sosial dan budaya yang memadai. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Green Tourism Marketing, Green Experience, Green Concern, Perceived Green Tourism, dan Green Knowledge terhadap Minat Berkunjung ke Obyek Wisata Lawang Sewu. Metode yang digunakan bersifat kuantitatif, jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 50 responden. Adapun responden dalam penelitian ini adalah para pengunjung obyek wisata Lawang Sewu, penentuan sampelnya menggunakan teknik non-probability sampling. Teknik pengumpulan datanya menggunakan kuesioner. Untuk menganalisis hal tersebut menggunakan software SPSS dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas, analisis deskriptif, analisis regresi linear berganda serta uji t, uji f (simultan), dan koefisien determinasi (R-square test). Hasil regresi penelitian menunjukkan bahwa semua variabel independen yang diteliti (Green Tourism Marketing, Green Experience, Green Concern, Perceived Green Tourism dan Green Knowledge) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ke Lawang Sewu. Penelitian ini memberikan wawasan bagi pengelola obyek wisata dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan berkelanjutan. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dalam pengembangan pariwisata yang ramah lingkungan.

Kata Kunci: Green Tourism, Green Tourism Marketing, Green Experience, Green Concern, Perceived Green Tourism, Green Knowledge, dan Minat Berkunjung.

ABSTRACT

Green tourism is a sustainable tourism practice that ensures future needs for adequate environmental, economic, social, and cultural resources. This study aims to analyze the influence of Green Tourism Marketing, Green Experience, Green Concern, Perceived Green Tourism, and Green Knowledge on Interest in Visiting Lawang Sewu Tourism Object. The method used is quantitative, the number of samples in this study was 50 respondents. Respondents in this study were visitors to the Lawang Sewu tourist attraction, sample determination using non-probability sampling techniques. Data collection techniques using questionnaires. To analyze this, SPSS software was used by conducting validity and reliability tests, descriptive analysis, multiple linear regression analysis and t-test, f-test (simultaneous), and coefficient of determination (R-square test). The results of the research regression show that all independent variables studied (Green Tourism Marketing, Green Experience, Green Concern, Perceived Green Tourism and Green Knowledge) have a positive and significant effect on interest in visiting Lawang Sewu. This study provides insight for tourism managers in designing more effective and sustainable marketing strategies. It is expected that the results of this study can be a reference in the development of environmentally friendly tourism.

Keywords: Green Tourism, Green Tourism Marketing, Green Experience, Green Concern, Green Tourism Perception, Green Knowledge, and Visiting Interest.