

PENGARUH *GREEN EXPERIENCE*, *PERCEIVED GREEN TOURISM*, *GREEN KNOWLEDGE*, DAN *GREEN CONCERN* TERHADAP MINAT BERKUNJUNG PADA OBYEK WISATA HIJAU (STUDI PADA OBYEK WISATA GRAND MAERAKACA SEMARANG)



DIVA SINU BRAMANTYA

20.D1.0100

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

2025

PENGARUH *GREEN EXPERIENCE*, *PERCEIVED GREEN TOURISM*, *GREEN KNOWLEDGE*, DAN *GREEN CONCERN* TERHADAP MINAT BERKUNJUNG PADA OBYEK WISATA HIJAU (STUDI PADA OBYEK WISATA GRAND MAERAKACA SEMARANG)

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang



DIVA SINU BRAMANTYA

20.D1.0100

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
2025**

ABSTRAK

Sektor pariwisata mempunyai peran penting dalam pertumbuhan dan pembangunan ekonomi. *Green tourism* sendiri sedang menjadi tren karena membuat pariwisata menjadi lebih hijau, berkelanjutan, bertanggung jawab, dan berketahanan. Di Semarang, Grand Maerakaca merupakan salah satu objek wisata unggulan kota Semarang yang ramah lingkungan. Namun, agar memiliki daya tarik lebih, memerlukan informasi lebih mendalam tentang apa saja yang dapat mempengaruhi minat wisatawan dalam mengunjungi objek wisata hijau.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh *green experience*, *perceived green tourism*, *green knowledge*, dan *green concern* terhadap minat berkunjung objek wisata hijau, dengan studi kasus pada objek wisata Grand Maerakaca, Semarang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data berupa kuesioner yang mengambil 69 responden. Data dikumpulkan dengan kuesioner yang menggunakan skala Likert, lalu dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya *perceived green tourism* dan *green concern* yang memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung. Namun, secara bersama – sama, *green experience*, *perceived green tourism*, *green knowledge*, dan *green concern* berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung.

Penelitian ini memberikan referensi tambahan mengenai perilaku konsumen yang mengarah kepada wisata hijau. Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh pihak Grand Maerakaca untuk memaksimalkan strategi mereka dalam memasarkan objek wisata mereka lewat konsep wisata hijau. Sekaligus untuk meningkatkan daya tarik wisatawan sesuai dengan prinsip berkelanjutan.

Kata Kunci: *Green experience*, *Perceived green tourism*, *Green knowledge*, *Green concern*, Minat berkunjung, Grand Maerakaca

ABSTRACT

The tourism sector has an important role in economic growth and development. Green tourism itself is becoming a trend because it makes tourism greener, sustainable, responsible and resilient. In Semarang, Grand Maerakaca is one of the leading environmentally friendly tourist attractions in the city of Semarang. However, in order to have more attraction, more in-depth information is needed about what can influence tourists' interest in visiting green tourist attractions.

This research aims to determine the influence of green experience, perceived green tourism, green knowledge, and green concern on interest in visiting green tourist attractions, with a case study of the Grand Maerakaca tourist attraction, Semarang. This research uses quantitative methods with data collection techniques in the form of questionnaires that took 69 respondents. Data was collected using a questionnaire using a Likert scale, then analyzed using multiple linear regression analysis. The research results show that only perceived green tourism and green concern have a significant influence on visiting interest. However, together, green experience, perceived green tourism, green knowledge, and green concern have a significant effect on interest in visiting.

This research provides additional references regarding consumer behavior that leads to green tourism. The results of this research can be used by Grand Maerakaca to maximize their strategy in marketing their tourist attraction through the green tourism concept. As well as increasing tourist attraction in accordance with sustainable principles.

Keywords: *Green experience, Perceived green tourism, Green knowledge, Green concern, Interest in visiting, Grand Maerakaca*