

SURAT TUGAS

Nomor : 00185/B.7.2/ST/FEB/III/2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata memberikan tugas kepada:

- Nama : **T e r l a m p i r**
- Status : Tenaga Pendidik / Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata
- Tugas : Kegiatan Penelitian Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
dan Bisnis
- Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Unika Soegijapranata Semarang
- Waktu : Tahun Akademik 2023 - 2024
- Keterangan : Harap melaksanakan tugas dengan baik dan penuh tanggung
jawab, serta memberikan laporan setelah melaksanakan tugas.



Semarang, 01 Maret 2024

Dekan,

DRS. THEODORUS SUDIMIN, MS
NPP : 058.1.1990.074

Lampiran Surat Tugas
 Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
 Nomor : 00185/B.8.2/ST/FEB/III/2024
 Tanggal : 01 Maret 2024

Daftar Kegiatan Penelitian TA 2023/2024
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata

No	Judul	Peneliti	Anggota
1	Implementasi Lean Manufacturing Menggunakan Value Stream Mapping Pada PT. Adyawinsa Stamping Industri (ASI) Karawang Jawa Barat	Meniek Sringing Prapti, S.E., M.Si.	A. Eva Maria Soekesi, S.E., M.M.
2	Eksplorasi Perceived Image Wellness Tourism Para Pengusaha Jasa Perawatan Tubuh Dan Kecantikan Di Kota Semarang	A. Haryo Perwito, S.E., MA.TRM.	Drs. R. Bowo Harcahyo, M.B.A. Dyah Titisari Anugraheni, S.E., M.M.
3	Analisa SWOT Dalam Menentukan Strategi IKM Pasca Pandemi : Studi Kasus IKM Sektor Olahan Makanan Kampung Jajanan Pasar Desa Tematik Panca Sila Puduk Payung Kota Semarang	Veronica Kusdiartini, S.E., M.Si.	Eny Trimeiningrum, S.E., M.Si.
4	Analisis Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Dukungan Akademik Terhadap Niat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang	Tri Adhi Santoso, SE., MM	Markus Widyanto, S.E., M.M.
5	Study on the Role Of Country Of Origin On Buying Decision Across Generations	Dra. MY. Dwi Hayu Agustini, M.B.A., Ph.D	Siechara Stephen Sanjaya Zakiyah Kusumaningtyas Dr. Retno Yustini Wahyuningdyah, M.Si.
6	Pilar Pembangunan Lingkungan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB) Dalam Praktik Bisnis UMKM: Kajian Minat Adopsi Parktik Bisnis Hijau	MG. Westri Kekalih S., S.E., M.E.	Dr. Retno Yustini W., M.Si

7	Analisis Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Inovasi Produk, dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Mikro dan Kecil di Tegalsari Semarang	A. Eva Maria Soekesi, S.E., M.M.	Rudy Elyadi, S.E., M.M.
			Shresta Purnamasari, S.E., M.Sc
8	Perbedaan Preferensi Bahasa Copywriting Dalam Social Media Marketing Pada Instagram (Studi Kasus Pada Generasi Z di Kota Semarang Dan Pekalongan)	Dyah Titisari Anugraheni, S.E., M.M.	A. Haryo Perwito, S.E., Ma.Trm.
9	Model Proses Kewirausahaan Pupuk Organik Sdk Kenalan Sebagai Implementasi Circular Economy di Kawasan Borobudur	Veronica Kusdiartini, S.E., M.Si.	Dr. Chatarina Yekti Prawihatmi, S.E., M.Si
			Dr. Widuri Kurniasari, S.E., M.Si.
10	Analisis Beban Kerja Pada Jabatan Tenaga Kependidikan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Soegijapranata Chatolic University	Ch. Tri Harjanti Nugrahaningsih, S.E., M.Si.	Dr. Posmaria Setiaswi Sitohang., S.E., M.Si.
			Johanila, S.E., M.M.
			Dra. Bernadeta Irmawati, M.Si.
11	Pengaruh Entrepreneurial Self-Efficacy, Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Green Entrepreneurial Intention Mahasiswa Unika Soegijapranata Semarang	Dra. Bernadeta Irmawati, M.Si.	Meniek Sringing Prapti, S.E., M.Si.
			Dra. Lucia Hari Patworo P, MSi.
12	Perdagangan Investor Asing Dan Domestik Saat Reaksi Pasar Berlebihan	Shresta Purnamasari, S.E., M.Sc	Ricky Dwi Budi Harsono, S.E., M.Si.
13	Struktur Kepemilikan dan Kinerja Perusahaan Manufaktur di Indonesia	Y. Wisnu Djati Sasmito, S.E., M.Si.	Florenca Irine Cahyani
			Lo, Willy Setiyadi
			Bernadeta Annabel Yorika Putri
			Dr. Widuri Kurniasari, S.E., M.Si.
14	Pengaruh Green Experience,	Drs. A. Sentot Suciarto,	Ivan Darmawan

Green Concern, Perceived Green
 Tourism Dan Green Knowledge
 Terhadap Keputusan Berkunjung
 Wisatawan Melalui Minat
 Kunjungan Wisata Di Kota
 Semarang Dan Sekitarnya

M.P., Ph.D.

Daniel Dananjaya
 Nikho Christian Hiandaka
 Olivia Laura Kristi
 Christopher Jonathan
 Kusuma
 Yobel Uri Pamuja
 Rara Ayu Angel Tieana
 Diva Sinu Bramantya
 Leefrand Ariel Keenan
 Novena Lintang Reba
 Fransiska Yuliana
 Famelia Ester Putri
 Hilarius Giovanni Justi
 Martha Anindya Padang
 Putri Mutiara Septyaningtyas
 Ghanny Aulia Fernanda
 Dr. Retno Yustini
 Wahyuningdyah, M.Si.
 Drs. A. Sentot Suciarto, M.P.,
 Ph.D.
 Dra. MY. Dwi Hayu Agustini,
 M.B.A., Ph.D
 MG. Westri Kekalih S., S.E.,
 M.E.
 Dr. Posmaria Setiasiwi
 Sitohang., S.E., M.Si.
 A. Haryo Perwito, S.E.,
 MA.TRM.

- | | | | |
|-----------|---|---------------------------------------|---------------------------------------|
| 15 | Praktek Green HRM :
Pengaruhnya Terhadap Corporate
Environment Citizenship, Dengan
Green Intelectual Capital Sebagai
Variable Intervining | Dr. Agatha Ferijani, S.E.,
MS.HRM. | Rudy Elyadi, S.E., M.M. |
| 16 | Evaluasi Dan Pemahaman Dan
Peninjauan Misi, Tujuan Program,
Studi Manajemen | Markus Widyanto, S.E.,
M.M. | Dr. Widuri Kurniasari, S.E.,
M.Si. |
| 17 | Persepsi Pengguna Lulusan
terhadap Kinerja Lulusan Program
Studi Manajemen Unika
Soegijapranata Semarang TA.
2021/2022 | Bayu Prestianto, S.E., M.M. | Tri Adhi Santoso, SE., MM |

18 Tracer Study Program Studi Dr. Widuri Kurniasari, S.E., A. Haryo Perwito, S.E.,
Manajemen Tahun Lulusan 2020 - M.Si. MA.TRM.
2022

Y. Wisnu Djati Sasmito, S.E.,
M.Si.



Semarang, 01 Maret 2024

Dekan,

DRS. THEODORUS SUDIMIN, MS
NPP : 058.1.1990.074

PROPOSAL PENELITIAN

Signifikansi Green Experience, *Preceived Green Tourism* dan Green Knowledge terhadap Keputusan Mengunjungi Obyek Wisata Berwawasan Lingkungan dengan *Green Concern* sebagai Mediasi



Disusun Oleh:

MG Westri Kekalih S

Ketua

1. Leefrand Ariel Keenan 20.D1.0111
2. Olivia Laura Kristi 20.D1.0072
3. Diva Sinu Bramantya 20.D1.0100
4. Fransiska Yuliana 20.D1.0155

PUSAT PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN MANAJEMEN (P3M)

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2024

PENGESAHAN LAPORAN PENELITIAN

1. Judul : Signifikasi Green Experience, Preceived Green Tourism dan Green Knowledge terhadap Keputusan Mengunjungi Obyek Wisata Berwawasan Lingkungan dengan Green Concern sebagai Mediasi
2. Ketua Tim
 - a. Nama : MG. WESTRI KEKALIH S., S.E., M.E.
 - b. NPP : 5811993141
 - c. Program Studi : Manajemen
 - d. Perguruan Tinggi : Unika Soegijapranata
 - e. Alamat Kantor/Telp/Faks/surel : westrie@unika.ac.id
3. Anggota Tim
 - a. Jumlah Anggota : Dosen 0 orang
Mahasiswa 5 orang
4. Biaya Total : Rp. 0,00

Mengetahui,
Dekan Ekonomi,

Semarang, Januari 2024
Ketua Tim Pengusul

Drs. THEODORUS SUDIMIN, M.S.
NPP : 5811990074

MG. WESTRI KEKALIH S., S.E., M.E.
NPP : 5811993141

Menyetujui,
Kepala LPPM

Dr. Y. TRIHONI NALESTI DEWI, S.H., M.Hum.



Catatan:

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 ayat 1 :
'Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah'
- Dokumen ini telah diberi tanda tangan digital, tidak memerlukan tanda tangan dan cap basah
- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan menggunakan qr code yang telah tersedia

BERITA ACARA REVIEW

Program Studi Manajemen - Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang

Pada hari ini, 14 Oktober 2023 telah diadakan review kegiatan penelitian/pengabdian dengan judul:

Signifikansi Green Experience, Preceived Green Tourism dan Green Knowledge terhadap Keputusan Mengunjungi Obyek Wisata Berwawasan Lingkungan dengan Green Concern sebagai Mediasi

Dengan catatan review sebagai berikut:

- see attached file
- terlampir
- Dasar penelitian ini apa: fenomena atau riset gap==> belum nampak di latar belakang. Jika dasarnya fenomena, data harus kuat. Jika dasarnya riset gap, kajian penelitian terdahulu harus kuat. Dasar teoritis belum kuat, harus lebih dikembangkan untuk menemukan alasan pemilihan variable, indikator variable dan hubungan logis antar variable untuk pengembangan hipotesis.
- Mohon ditambahkan teori/penelitian terdahulu yang mendasari hipotesis ..dan juga untuk memperkuat analisis di bab 4

Reviewer 1

Reviewer 2

Dr. CHATARINA YEKTI PRAWIHATMI,
S.E., M.Si

MG. WESTRI KEKALIH S., S.E., M.E.



Catatan:

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 ayat 1 :
'Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah'
- Dokumen ini telah diberi tanda tangan digital, tidak memerlukan tanda tangan dan cap basah
- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan menggunakan qr code yang telah tersedia



**PUSAT PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

- 1 Judul Penelitian : Signifikansi Green Experience, *Preceived Green Tourism* dan Green Knowledge terhadap Keputusan Mengunjungi Obyek Wisata Berwawasan Lingkungan dengan *Green Concern* sebagai Mediasi
- 2 Lokasi Penelitian : Kota Semarang dan sekitarnya
- 3 Tim Peneliti :
- Ketua : Sentot Suciarto A
- Anggota 1 : Haryo Perwito
- Anggota 2 : Westri Kekalih
- Anggota 3 : Posmaria S Sitohang
- Anggota 4 : MY Dwi Hayu Agustini
- Anggota 5 : Retno Yustini
- 5 Biaya Penelitian : Rp 11.000.000
- Rumpun

Mengetahui,

Ketua Tim Peneliti

Ka. P3M

MG Westri Kekalih S.

NPP: 058.1.1993.141

MG Westrie Kekalih, SE, M.E

NPP: 058.1.1993.141

Menyetujui,

Kepala LPPM

DR. Y. Trihoni Nalesti Dewi, M.Hum

NPP: 058.1.1995.172

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	4
1.1. Latar Belakang.....	4
1.2. Permasalahan	5
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.3. Kerangka Pikir Penelitian.....	10
2.4. Hipotesis Penelitian	11
2.5. Definisi Operasional Variabel	11
BAB III METODE PENELITIAN.....	14
3.1. Obyek dan Lokasi Penelitian.....	14
3.2. Populasi, Teknik Sampling, dan Data	14
3.3. Teknik Analisis.....	15
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	16
4.1. Profil Responden	16
4.2. Deskripsi Persepsi Variabel dan Indikator Penelitian.....	16
4.3. Pengujian Model Struktural.....	20
4.3.1. Validitas Indikator	20
4.3.2. Reliabilitas dan Validitas Konstruksi	21
4.3.3. Pengujian Hipotesis	22
4.3.4. Pengujian variabel Mediasi	23

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Selama pandemi COVID-19, sebagian besar sektor ekonomi Indonesia mengalami penurunan, terutama sektor pariwisata, yang sebagian besar mengalami kerugian dan kekurangan biaya. Karena harus melakukan lockdown, semua aktivitas manusia dibatasi, termasuk pergi ke sekolah dan bekerja, banyak masyarakat merasa bosan dan stress. Setelah pandemi berlalu Sebagian besar masyarakat atau wisatawan berlomba-lomba untuk mengunjungi objek tertentu. Untuk memastikan kesejahteraan manusia di seluruh dunia, berbagai upaya dilakukan untuk mencapai pembangunan berkelanjutan.

Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) ditetapkan pada pertemuan di Markas Besar PBB di New York (PBB) dari 25 hingga 27 September 2015. SDGs mencakup 17 tujuan, 169 target, dan 232 indikator. Untuk memudahkan pelaksanaan dan pengawasan, 17 tujuan dan 169 sasaran SDG disusun menjadi empat pilar: pembangunan sosial, pembangunan ekonomi, dan pembangunan lingkungan hidup; dan pembangunan hukum dan tata kelola. Untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di seluruh dunia, industri pariwisata memainkan peran penting dalam mencapai tujuan SDG. Rata-rata pengeluaran (Average Spending Per Arrival), sumber penerimaan devisa, dan penurunan pengangguran dan kemiskinan akan diuntungkan oleh peningkatan kunjungan wisatawan pada bulan Desember 2022.

Perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang untuk alasan rekreasi, bisnis, atau lainnya disebut pariwisata. Perjalanan dapat terjadi di dalam atau di luar negeri. Pariwisata dapat dikategorikan berdasarkan tujuan, aktivitas, atau kelompok aktivitas, seperti rekreasi, bisnis, budaya, kesehatan, petualangan, ekowisata, kuliner, perdagangan, dan agama. Negara juga mendapat manfaat dari pariwisata, yang mencakup pertumbuhan ekonomi, peningkatan perolehan devisa, pelestarian lingkungan dan budaya, pertukaran budaya dan pemahaman antar negara, dan pembangunan infrastruktur. Dari sudut pandang konsumen, ada beberapa faktor yang memengaruhi minat dan keputusan wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat, termasuk daya tariknya. Beberapa syarat untuk menciptakan daya tarik destinasi wisata termasuk apa yang dilihat,

apa yang dilakukan, apa yang dibeli, apa yang dilihat, dan apa yang membuat kita tinggal. Oleh karena itu, destinasi harus memiliki sumber daya yang mampu menciptakan perasaan yang menyenangkan, indah, nyaman, dan bersih, serta menjadi mudah diakses oleh wisatawan. Destinasi juga harus memiliki keistimewaan atau spesifikasi khusus yang unik, dan memiliki semua fasilitas yang diperlukan untuk melayani wisatawan.

Pariwisata berkelanjutan dan kelestarian lingkungan adalah masalah utama saat ini. Orang-orang yang peduli lingkungan sangat tertarik dengan wisata hijau. Sebaliknya, persepsi wisatawan tentang tempat wisata sebagai tempat yang hijau juga membantu mereka pergi. Banyak tempat wisata baru di Semarang. Wisata alam seperti Goa Kreo atau Hutan Bakau, atraksi budaya seperti Sam Pho Kong, Gereja Blendhuk, Gereja Gedangan, kebun binatang Mangkang, burung bangau atau burung kuntul, dll. harus diprioritaskan sesuai dengan tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs) PBB. Untuk menjaga keberlanjutan lingkungan dan mencegah kerusakan, wisatawan harus menerapkan konsep hijau.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan pengujian pada variabel-variabel yang diduga berpengaruh terhadap keputusan mengunjungi onbyek wisata hijau. Variabel-variabel yang dimaksud merupakan variabel yang berkaitan dengan konsep lingkungan yang terinternalisasi dalam diri konsumen, yaitu *Green Experience*, *Preceived Green Tourism*, *Green Knowledge* dan *Green Concern*.

1.2. Permasalahan

Masalah penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Bagaimana *Green Experience*, *Preceived Green Tourism*, *Green Knowledge* dan *Green Concern* terhadap Keputusan Mengunjungi Obyek Wisata Hijau
2. Apakah *Green Concern* memediasi pengaruh *Green Experience*, *Preceived Green Tourism*, *Green Knowledge* terhadap Keputusan Mengunjungi Obyek Wisata Hijau

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *Green Experience*, *Preceived Green Tourism*, *Green Knowledge* dan *Green Concern* terhadap Keputusan Mengunjungi Obyek Wisata Hijau dan bahwa *Green Concern* memediasi pengaruh *Green Experience*, *Preceived Green Tourism*, *Green Knowledge* terhadap Keputusan Mengunjungi Obyek Wisata Hijau. Manfaat penelitian ini adalah memberi masukan bagi para pengambil kebijakan terkait pengembangan obyek wisata hijau atau green tourism di kota semarang dan sekitarnya dan bagaimana penyedian.pengelola obyek wisata mendesign komunikasi pemasarannya berdasar perilaku konsumen.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Perilaku Hijau

Perilaku hijau secara umum dapat dipahami sebagai kegiatan yang bertujuan untuk melestarikan sumber daya alam dan lingkungan ekologis serta berupaya mengurangi degradasi lingkungan dan meningkatkan kualitas lingkungan (Norton et al., 2015); perilaku menjaga serta memelihara lingkungan hidup atas dasar kesadaran dan rasa tanggung jawab atas kelestarian alam Keraf (2014) Dengan menggunakan pendekatan Theory of Planned Behavior (TPB), perilaku hijau dipengaruhi oleh Environmental knowledge, environmental attitude, Norma subjektif, dan Persepsi kontrol perilaku secara signifikan (Muhammad Ichsan Taqwa, 2020).

Kepedulian lingkungan (*green concern*) sangat penting untuk tindakan perlindungan lingkungan. Apabila seseorang menyadari bahwa lingkungannya harus dilindungi, mereka akan melakukan perlindungan lingkungan. Apabila seseorang memiliki sikap yang positif terhadap lingkungannya, kesadaran akan muncul. Dukungan sosial terkait dengan kesadaran lingkungan; jika dukungan sosialnya kuat untuk melindungi lingkungan, kesadaran lingkungannya akan semakin kuat, tetapi jika dukungan sosialnya kurang kuat, kesadaran lingkungannya mungkin tidak kuat atau bahkan tidak ada sama sekali.

Kepedulian lingkungan (*green concern*) telah mengubah konsumen dan bisnis. Ini disebabkan oleh krisis sumber daya dan masalah lingkungan yang semakin serius. Hal ini membuat konsumsi produk ramah lingkungan menjadi lebih populer dan menarik perhatian pelanggan dan perusahaan. Kondisi demikian mendorong perusahaan untuk mengembangkan konsep pemasaran hijau, yang lebih dikenal sebagai *green marketing*. Ketika konsumen merasa bahwa perusahaan menerapkan pemasaran hijau (*green marketing*) pada produknya dengan baik, transparan, dan memenuhi tanggung jawab sosial, konsumen mungkin lebih positif atau lebih tertarik untuk membeli produk hijau, bahkan jika harganya lebih mahal.

Selain kepedulian lingkungan (*green concern*), pemahaman/pengetahuan akan perilaku hijau (*green knowledge*) dan pengalaman emosional positif terkait lingkungan

(*green experience*) merupakan faktor penting yang mendorong seseorang untuk menuju tindakan (*doing atau acting*). Oleh karenanya pendidikan diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang kecerdasan lingkungan dalam konteks kehidupan berkelanjutan serta mendorong perilaku hijau. Studi terhadap Kopi dengan merek Janji Jiwa menunjukkan bahwa pengalaman emosional positif terhadap merek berpengaruh positif dan signifikan citra merek sehingga meningkatkan stimulus pelanggan tetap mengkonsumsi.

2.2. Pariwisata Hijau (*Green Tourism*)

Berkaitan dengan *green tourism* masih banyak yang memperdebatkan bahwa terkait istilah '*green tourism*' belum ada kesepakatan. Konsep Kepariwisata hijau digunakan untuk menunjukkan bahwa kegiatan pariwisata mengarah pada kegiatan yang ramah lingkungan. Menurut Wight (1994) pariwisata hijau merupakan kegiatan kepariwisataan yang berkaitan dengan kepedulian lingkungan dan sebagian besar digunakan untuk memberi label pada liburan di alam yang eksotis.

Lane (1994) menjelaskan bahwa *green tourism merupakan* aktivitas kepariwisataan yang berbasis *rurality* dengan ciri utama pariwisata pedesaan yang memiliki fasilitas pariwisata dan dimiliki secara individual dalam skala kecil sebagai fasilitas interaksi antara pengunjung dan penduduk masyarakat sebagai Tuan rumah. Sementara itu Middleton (1998) mendefinisikan bahwa bahwa *green tourism* sebagai setiap aktivitas pariwisata yang dilakukan di daerah yang ada di alam, di mana fokus utama aktivitas kepariwisataannya adalah sumber daya alam, atau pariwisata yang dianggap bertanggung jawab terhadap lingkungan.

Pariwisata hijau dapat digunakan untuk memberi sinyal bahwa operasi pariwisata yang terjadi di daerah itu tidak membahayakan lingkungan (Fontand Tribe, 2001). Untuk itu penting dibuat kebijakan terkait kepariwisataan hijau ini, hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Hong et.al, (2003) yang menyatakan bahwa hal terpenting dalam konsep pengembangan pariwisata berkelanjutan adalah kebijakan pariwisata yang memberikan inspirasi praktis untuk mengembangkan kegiatan pariwisata yang lebih ramah lingkungan.

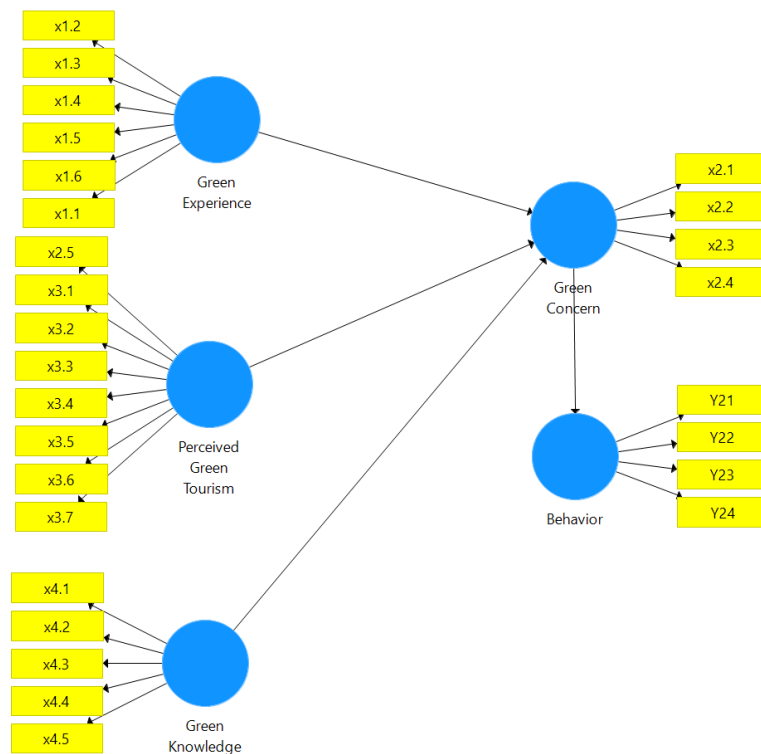
Berdasarkan beberapa definisi tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pariwisata hijau (*green Tourism*) merupakan kegiatan kepariwisataan yang berorientasi pada keselamatan para pelaku industri kepariwisataan serta menjaga kelangsungan dan kelestarian alam dan lingkungannya. Oleh karena itu jika kepariwisataan dikelola secara hijau (*green*) maka *green tourism* dapat memberikan keuntungan dan kontribusi terhadap pengelolaan lahan dan kebaikan ekologi, serta memberikan kontribusi terhadap basis pengembangan ekonomi berbasis kepariwisataan yang ramah lingkungan dan sehat.

2.3. Penelitian terdahulu

Dengan menggunakan pendekatan regresi linier sederhana antara *green hotel* dan minat pengunjung menunjukkan bahwa variabel minat pengunjung dipengaruhi *green hotel*. Adapun konsep *green hotel* dalam penelitian ini merujuk pada suatu konsep yang diterapkan oleh hotel guna menunjukkan kepedulian terhadap lingkungan dan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan mulai dari pembangunan hotel sampai pada tahap pengelolaan hotel. Dalam hal ini, hotel mengimplementasikannya dengan memberikan layanan *ramah lingkungan* sehingga memberikan pengalaman emosi positif (Antara, 2016). Penelitian ini melibatkan 200 responden yang telah mengunjungi destinasi ekowisata minimal dua kali, menunjukkan bahwa *Future Time perspective* dan Citra Destinasi berpengaruh positif terhadap Intensi Ekowisata. *Future Time perspective* dan Citra Destinasi juga mempengaruhi Intensi Ekowisata secara tidak langsung melalui *green concern* sebagai variabel mediasi. Implikasinya, pemerintah dan agen perjalanan meningkatkan kesiapan layanan dan persepsi terhadap proposisi bernilai tinggi untuk mengembangkan citra destinasi yang lebih baik (Wismantoro et al., 2022, 2023). *Greenwashing* berpengaruh negatif secara signifikan terhadap niat pembelian ramah lingkungan, *green awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ramah lingkungan. Namun, efek *greenwashing* terhadap niat pembelian ramah lingkungan tidak dimoderasi oleh *green concern* (Anggraeni, 2022)

2.4. Kerangka Pikir Penelitian

Wisatawan tertarik untuk mengunjungi obyek turisme bisa karena berbagai hal. Pada obyek turisme hijau (*green tourism*), wisatawan bisa berminat dan melakukan kunjungan karena *green experience*, *green concern*, *perceived green tourism* dan *green knowledge*. Adanya pengetahuan akan obyek turisme (*green knowledge*), didukung dengan kepedulian akan turisme hijau (*green concern*) serta pengalaman (*experience*) dan persepsi terhadap obyek turisme hijau (*perceived green tourism*) akan mendorong turis berkunjung ke obyek turisme hijau (*green tourism*).



2.5. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian ini adalah:

H1: *Green experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *green concern*.

H2: *Green knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *green concern*

H3: *Perceived Green* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *green concern*

H4: *Green concern* berpengaruh terhadap Minat berkunjung ke obyek *green tourism*.

H5: *Green concern* memediasi pengaruh *Green experience*, *Green knowledge*, *Perceived Green* terhadap Keputusan berkunjung ke obyek *green tourism*.

2.6. Definisi Operasional Variabel

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel dan Indikator

Variabel	Definisi Konseptual	Definisi Operasional	Indikator
<i>Green experience</i>	Pengalaman Wisata ramah lingkungan adalah bentuk pariwisata yang menghormati baik budaya maupun lingkungan, menempatkan penduduk setempat	Pengalaman wisata yang dimaksud dalam penelitian ini merujuk pada kondisi Positive emotion yaitu emosi yang mampu menghadirkan perasaan positif terhadap obyek wisata hijau yang	1. merasa gembira/senang bisa mengunjungi obyek wisata yang ramah lingkungan (bersih, rapi, memiliki ruang terbuka hijau dll). 2. merasa bersemangat saat mengunjungi obyek wisata ramah lingkungan 3. memiliki kesan positif/baik ketika mengunjungi obyek wisata ramah lingkungan

Variabel	Definisi Konseptual	Definisi Operasional	Indikator
	di pusat perhatian dan memberdayakan mereka secara ekonomi.” (UNWTO dan UNEP)	mengalaminya.atau menyebabkan seseorang merasa senang, bahagia dan puas terhadap keadaan maupun objek tertentu	4. Pengalaman saya mengunjungi obyek wisata hijau/peduli lingkungan mendorong saya untuk mengunjungi obyek wisata hijau lainnya 5. lebih menyukai pilihan saya untuk mengunjungi obyek wisata ramah lingkungan
<i>Green Concern</i>	kepedulian lingkungan merupakan tingkat emosional, tingkat pengetahuan, tingkat kesiapan dari konsumen untuk mengubah perilaku supaya lebih menjaga dan melindungi lingkungan (Julianti & Pramudana,2017)	variabel prediktif penting dari perilaku ramah lingkungan dan secara langsung memotivasi niat pembelian ramah lingkungan, yang banyak digunakan untuk menjelaskan perilaku pro-lingkungan, perilaku berkelanjutan, dan lain-lain.	1. merasa khawatir tentang buruknya kualitas lingkungan hidup 2. menyadari adanya permasalahan lingkungan hidup 3. lebih menyukai produk-produk yang berbahan alami
<i>Perceived Green Tourism</i>	Persepsi mengenai obyek tertentu berdasar informasi yang telah diperoleh	Persepsi mengenai kondisi obyek wisata terkait dengan lingkungan hidup	1. Keragaman hayati (misalnya: tumbuh-tumbuhan, hewan) di obyek wisata ini yang terawat 2. Ketersediaan air bersih dalam kawasan obyek wisata mencukupi 3. Obyek wisata tidak merusak alam atau bangunan konservasi/bersejarah
<i>Green Knowledge</i>	Green knowledge didefinisikan sebagai suatu pengetahuan yang dimiliki individu tentang mengetahui sebuah isu atau fenomena yang berdampak signifikan terhadap proses pengambilan sebuah keputusan.	Pengetahuan seseorang tentang hal-hal yang mengarah pada aspek atau dampak lingkungan, penghargaan terhadap "seluruh sistem", dan tanggung jawab kolektif yang diperlukan untuk	1. pemahaman tentang karakteristik produk ramah lingkungan. 2. Terbiasa memastikan bahwa suatu produk merupakan produk ramah lingkungan) 3. berpartisipasi dalam mengurangi krisis energy bumi 4. memahami bahwa krisis energi dapat dikurangi dengan memilih produk

Variabel	Definisi Konseptual	Definisi Operasional	Indikator
	Menurut Tran (2017)	pembangunan berkelanjutan	<p>yang tidak merusak lingkungan</p> <p>5. mengetahui bahwa produk berbahan plastik memerlukan waktu lama untuk diuraikan oleh organism</p> <p>1. mengetahui kemasan produk berbahan alami lebih ramah lingkungan</p>
Keputusan Berkunjung	Menurut (Bafadhal samira Aniesa, 2020) pengertian keputusan pembelian merupakan sebuah keputusan konsumen tentang apa yang akan dibeli, berapa banyak yang akan dibeli dan bagaimana cara melakukan pembelian yang akan dilakukan.	keputusan konsumen untuk mengunjungi obyek wisata.	<p>1. Mantab berkunjung setelah mengetahui berbagai informasi terkait obyek wisata</p> <p>2. Memutuskan berkunjung karena menyukai obyek wisata yang ramah lingkungan</p> <p>3. Memutuskan berkunjung karena obyek wisata sesuai dengan kebutuhan melakukan wisata ramah lingkungan.</p> <p>4. Merekomendasikan kepada kepada orang lain</p>

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam metode penelitian ini dipakai pendekatan kuantitatif yang bertujuan melihat pengaruh terhadap minat berkunjung ke obyek wisata hijau. Dengan tercapainya minat berkunjung ke obyek wisata hijau maka diharapkan akan terjadi kunjungan ke obyek wisata tersebut. Beberapa variabel penelitian wisata hijau dipilih karena wisatawan berkunjung bisa disebabkan oleh adanya pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki akan wisata hijau, adanya kepedulian akan wisata hijau, dan sudah punya persepsi akan wisata hijau.

3.1. Obyek dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan menjadikan para pengunjung di obyek wisata hijau (*green tourism*) sebagai responden. Dipilih kota Semarang dan sekitarnya yang ada obyek wisatanya. Beberapa lokasi obyek wisata yang ada di kota Semarang antara lain Sam Pho Kong, Lawang Sewu, Kebon Binatang Mangkang, Goa Kreo, Kota Lama, maupun berbagai obyek wisata lainnya. Dipilih indikator dari variabel penelitian terkait dengan keberlanjutan atau *sustainable* obyek turisme hijau.

3.2. Populasi, Teknik Sampling, dan Data

Populasi penelitian ini adalah para pengunjung obyek wisata di kota Semarang dan sekitarnya yang jumlahnya tidak diketahui. Untuk sampling, digunakan teknik non probalita sampling, menggunakan quota sampling atau jumlah sampel yang ditentukan untuk setiap obyek penelitian. Sampel kecil per obyek penelitian sejumlah 30 responden. Bila ditentukan ada 5 obyek penelitian maka didapat 150 responden.

Kecukupan sampel untuk analisis regresi berganda adalah 5 atau 10 kali variabel penelitian. Bila ada 6 variabel penelitian, maka minimal dicari 30 - 60 sampel. Dengan mengambil 150 sampel maka sudah mencukupi data untuk diolah. Baik dengan regresi berganda maupun dengan analisis persamaan struktural SEM yang ada hubungannya dengan analisis jalur atau path analysis. (Hair et al, 2015).

Untuk mencapai tujuan, penelitian ini menggunakan data primer berupa tanggapan responden terhadap indikator-indikator variabel terpilih. Data merupakan data persepsional dikuantitatifkan dengan pendekatan skala Likert sebagai berikut:

- a) Sangat tidak setuju : 1
- b) Tidak setuju : 2
- c) Cukup : 3
- d) Setuju : 4
- e) Sangat Setuju : 5

Data primer diperoleh dengan metode kuesioner pendekatan *convenience*, yang akan didistribusikan secara online menggunakan *google form*. Dengan mendistribusikan kuesioner dengan pendekatan *convenience* melalui media sosial WhatsApp, penelitian ini memperoleh 114 responden pengunjung obyek wisata di Kota Semarang.

3.3. Teknik Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan menggunakan rentang skala yang disajikan dalam bentuk table/grafik. Analisis deskriptif digunakan untuk memperoleh gambaran menyeluruh kondisi variabel-variabel yang diteliti dalam perpektif pelaku UMKM sebagai responden.

Tabel 3.1. Rentang Skala

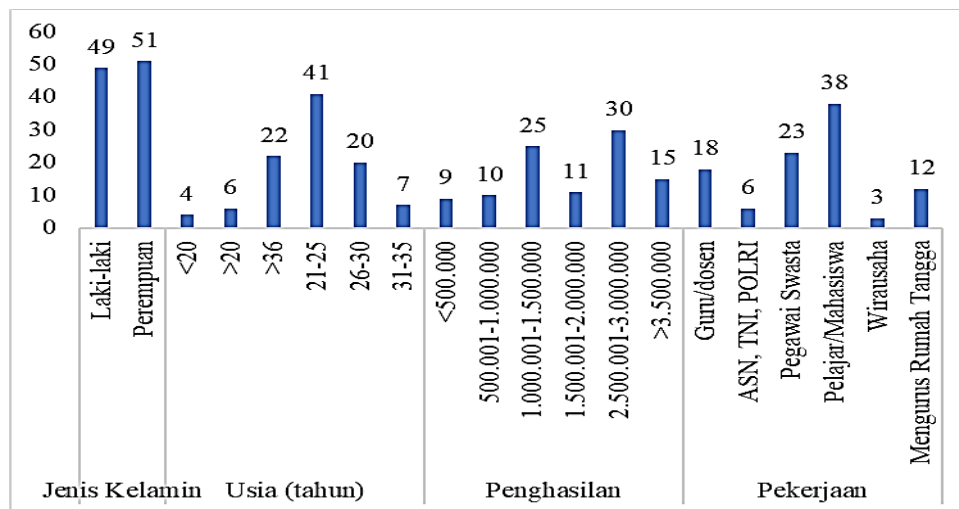
Kategori	Rentang Skala
Sangat rendah	1,00 - 1,80
Rendah	1,81 - 2,60
Sedang	2,61 - 3,40
Tinggi	3,41 - 4,20
Sangat Tinggi	4,21 - 5,00

Selain itu, penelitian ini juga akan melakukan analisis dengan statistik inferensial dengan pendekatan *Structural Equation Modelling* (SEM) yang akan diolah SmartPLS, dengan spesifikasi model sebagaimana disajikan dalam kerangka pikir (Gambar 2.1).

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Responden

Penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan pengunjung obyek wisata di Semarang, antara lain kawasan Kota Lama, Lawang Sewu, Vihara Budha Ghaya/Pagoda Avalokitesvara, dan Pantai Marina. Responden minimal pernah mengunjungi salah satu dari beberapa obyek wisata tersebut. Dalam studi ini, obyek wisata yang paling banyak di kunjungi adalah Kawasan Kota Lama, Lawang Sewu, dan pantai Marina. Berdasarkan karakter demografinya, Dalam studi ini terdapat 49 persen responden laki-laki dan 51 persen responden perempuan. Sebagian besar responden berusia antara 21 tahun – 35 tahun yang kecenderungannya berwisata secara berkelompok, yakni bersama teman atau keluarga. Karena pekerjaan dari jumlah terbanyak adalah responden pelajar/mahasiswa, maka dari sisi penghasilan kecenderungannya pada angka di bawah Rp3.000.000 per bulan.



Gambar 4.1. Profil Responden

Sumber: Data primer.

4.2. Deskripsi Persepsi Variabel dan Indikator Penelitian

Konsep wisata berwawasan lingkungan merupakan jenis wisata yang memperhatikan atau menghormati budaya dan lingkungan, memperhatikan penduduk setempat dan

berkontribusi terhadap ekonomi mereka. Oleh karena itu, *Green Experience* (GE) adalah pengalaman yang dialami wisatawan secara keseluruhan, yang mencerminkan perasaannya tentang suatu tempat khususnya tempat wisata dan menghasilkan perasaan dan kenangan positif tentang kelestarian lingkungan. *Green Experience* (GE) dapat diukur dengan beberapa indikator, seperti yang disajikan pada tabel 4.1. Responden dalam studi ini cenderung memiliki pengalaman yang sangat baik terkait dengan obyek wisata berwawasan lingkungan, tercermin pada nilai rata-rata sebesar 4.21. Indikator dengan respon terbaik adalah merasa senang mengunjungi obyek wisata berwawasan lingkungan.

Tabel 4.1. Deskripsi Persepsi *Green Experience* (GE)

Indikator	Skor	Keterangan
Merasa senang mengunjungi obyek wisata berwawasan lingkungan	4.33	Sangat Tinggi
Merasa bersemangat mengunjungi obyek wisata berwawasan lingkungan.	4.12	Tinggi
Memiliki kesan positif/baik dengan obyek wisata berwawasan lingkungan.	4.23	Sangat Tinggi
Pengalaman sebelumnya membuat seseorang ingin mengunjungi kembali obyek wisata berwawasan lingkungan	4.17	Tinggi
Lebih menyukai obyek wisata berwawasan lingkungan	4.20	Sangat Tinggi
Rata-rata	4.21	Sangat Tinggi

Sumber: data primer, diolah

Green Concern (GC), Kepedulian lingkungan didefinisikan sebagai tingkat emosional, pengetahuan, dan kesiapan pelanggan untuk mengubah perilaku mereka untuk menjaga dan melindungi lingkungan (Julianti & Pramudana, 2017). GC membantu menjelaskan perilaku wisatawan yang ramah lingkungan dan berkelanjutan. GC dapat diukur dengan indikator seperti kesadaran masyarakat tentang masalah lingkungan saat ini, kekhawatiran tentang kualitas yang buruk, dan partisipasi dalam meningkatkan kualitas lingkungan dengan memilih produk yang ramah lingkungan. Persepsi mengenai indikator *Green Concern* (GC) berada dalam kategori tinggi, yang berarti responden dalam studi ini merupakan individu-individu yang peduli permasalahan lingkungan. Kepedulian yang tinggi terhadap permasalahan lingkungan tercermin pada nilai rata-rata 4.03 (tabel 4.2).

Tabel 4.2. Deskripsi Persepsi *Green Concern* (GC)

Indikator	Skor	Keterangan
Merasa kuatir dengan kondisi lingkungan yang dirasakan semakin memburuk	4.10	Tinggi
Menyadari adanya permasalahan lingkungan.	3.76	Tinggi
lebih menyukai produk-produk yang berbahan alami (misalnya pangan organik)	4.22	Sangat Tinggi
Rata-rata	4.03	Tinggi

Sumber: data primer, diolah

Perceived Green Tourism (PGT) menunjukkan persepsi mengenai apakah obyek wisata yang dikunjungi dianggap obyek wisata berwawasan lingkungan dan berkelanjutan, bertanggung jawab, dan tahan lama, termasuk peningkatan ekologi lahan. PGT juga menilai apakah obyek pariwisata berkontribusi pada peningkatan taraf hidup masyarakat, penyerapan tenaga kerja lokal, dan mendukung pengembangan ekonomi daerah. Indikator PGT meliputi bahwa objek wisata ini berkontribusi pada peningkatan taraf hidup. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PGT memiliki skor total rata-rata 4,13 untuk obyek wisata kota Semarang, yang berada dalam kategori sangat tinggi. Ini menunjukkan bahwa pengunjung melihat tempat wisata di Semarang sebagai tempat yang berwawasan lingkungan, dalam arti dikelola dengan pendekatan kelestarian lingkungan, memperhatikan bangunan konservasi dan budaya serta memberikan kontribusi terhadap perekonomian masyarakat setempat. Obyektif wisata memiliki ruang terbuka hijau, bersih, dan rapi yang membuat pengunjung merasa senang dan positif (tabel 4.3).

Tabel 4.3. Deskripsi *Perceived Green Tourism*

Indikator	Skor	Keterangan
Keragaman hayati (misalnya: tumbuh-tumbuhan, hewan) di obyek wisata ini nampak terawat	4.04	Tinggi
Ketersediaan air bersih dalam kawasan obyek wisata ini dapat mencukupi kebutuhan.	4.06	Tinggi
Obyek wisata ini tidak merusak alam atau bangunan konservasi/bersejarah	4.28	Sangat Tinggi
Rata-rata	4.13	Tinggi

Sumber: data primer, diolah

Pengetahuan responden terkait dengan kelestarian berada dalam kategori nilai sangat tinggi, 4.20 (tabel 4.4). Kondisi tersebut mencerminkan bahwa responden memiliki pengetahuan yang sangat baik mengenai kelstarian lingkungan yang mencakup pengetahuan mengenai tindakan hemat energi, menekan krisis energi, bahwa plastik merupakan benda yang tidak mudah terurai, dan priduk serta kemasan yang ramah lingkungan.

Tabel 4.4. Deskripsi *Green Knowledge*

Indikator	Skor	Keterangan
Melakukan tindakan hemat energi	4.22	Tinggi
Memilih produk ramah lingkungan berarti mengurangi krisis energi	4.23	Sangat Tinggi
Plastik tidak mudah terurai	4.17	Tinggi
Produk maupun kemasan berbahan alami ramah lingkungan	4.16	Tinggi
Rata-rata	4.20	Sangat Tinggi

Sumber: data primer, diolah

Hasil studi memberikan gambaran tingginya keputusan atau behavior mengunjungi obyek wisata berwawasan lingkungan, tercermin pada nilai rata-rata tanggapan sebesar 3.96. Demikian juga jika dilihat menurut indikator-indikatornya. Di waktu yang akan datang memutuskan untuk mengunjungi obyek wisata ini (antara lain kawasan Kota Lama, Lawang Sewu, Vihara Budha Ghaya/Pagoda Avalokitesvara, dan Pantai Marina) dengan skor 4.17; memutuskan mengunjungi obyek wisata berwawasan lingkungan dengan skor 4.00; dan memutuskan mengunjungin obyek wisata berwawasan lingkungan yang sesuai dengan kebutuhan dengan skor 3.70.

Tabel 4.5. Deskripsi *Behavior*

Indikator	Skor	Keterangan
Di waktu yang akan datang memutuskan untuk berkunjung/mengunjungi lagi obyek wisata ini.	4.17	Tinggi
Memutuskan mengunjungi obyek-obyek wisata berwawasan lingkungan	4.00	Tinggi
Memutuskan mengunjugi karena obyek wisata berwawasan lingkungan yang sesuai dengan kebutuhan	3.70	Tinggi
Rata-rata	3.96	Tinggi

Sumber: data primer, diolah

4.3. Pengujian Model Struktural

4.3.1. Validitas Indikator

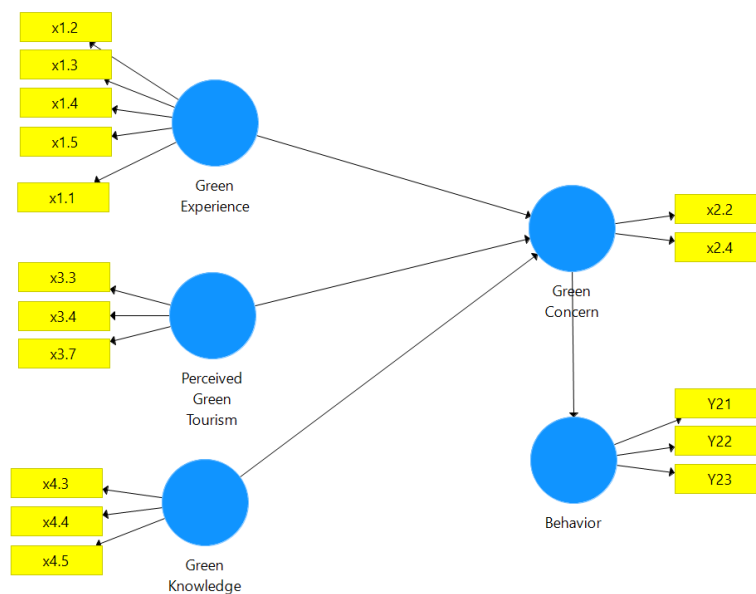
Penelitian ini bertujuan menganalisis variabel yang mempengaruhi kunjungan ke tempat wisata berwawasan lingkungan, atau *green tourism*. Studi ini menggunakan asumsi bahwa keputusan berkunjung dianalogikan dengan keputusan pembelian yang didahului oleh minat berkunjung atau minat beli (niat membeli). Beberapa faktor yang diduga memengaruhi keputusan untuk mengunjungi tempat wisata hijau termasuk pengalaman yang berkaitan dengan interaksi dengan lingkungan (*green Experience*), kepedulian terhadap lingkungan (*green concern*), persepsi tentang wisata hijau atau wisata hijau yang dirasakan (*percieved green tourism*), dan pengetahuan tentang kelestarian lingkungan (*green knowledge*). Penelitian ini menghipotesiskan bahwa *green concern* memediasi pengaruh *green Experience*, *green concern*, *percieved green tourism*, dan *green knowledge* terhadap keputusan berkunjung (*behavior*).

Tabel 4.6. Nilai *Loading Factor*

Variabel	Indikator	<i>Loading Facctor</i>	Keterangan
Behavior	Y21	0.766	valid
	Y22	0.903	valid
	Y23	0.794	valid
Green Concern	x1.1	0.713	valid
	x1.2	0.841	valid
	x1.3	0.844	valid
	x1.4	0.809	valid
	x1.5	0.701	valid
Green Experience	x2.2	0.743	valid
	x2.4	0.920	valid
Green Knowledge	x3.3	0.835	valid
	x3.4	0.835	valid
	x3.7	0.763	valid
Perceived Green Tourism	x4.3	0.901	valid
	x4.4	0.816	valid
	x4.5	0.797	valid

Sumber: data primer, diolah

Setelah pengolahan awal data penelitian, ditemukan sembilan indikator yang tidak valid dengan *outer loading* di bawah 0,05. Selanjutnya, indikator tersebut dikeluarkan dari model yang akan dikembangkan. Gambar 4.2 menunjukkan diagram jalur sistem persamaan simultan mengenai pengaruh *green Experience*, *green concern*, *percieved green tourism*, dan *green knowledge* terhadap keputusan berkunjung (*behavior*) dengan *green concern* sebagai variabel mediasi.



Gambar 4.2. Diagram Jalur
Sumber: Dikembangkan oleh peneliti

4.3.2. Reliabilitas dan Validitas Konstruksi

Ada sejumlah alat yang digunakan untuk memeriksa validitas dan reliabilitas konstruk model. Reliabilitas indikator ditentukan dengan menggunakan *Convergent validity*. Nilai *alfa Cronbach* menunjukkan validitas dan reliabilitas konstruk, konstruk dianggap reliabel jika memiliki nilai *alfa Cronbach* lebih dari 0,7. Metode *Discriminant validity* digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana konstruk laten benar-benar berbeda dari konstruk lainnya. Nilai *Discriminant validity* yang tinggi dari menunjukkan bahwa konstruk tersebut tidak hanya unik tetapi juga lebih mampu menjelaskan fenomena yang diukur. Sementara itu, nilai *Average Variance Extracted (AVE)* sebesar 0,5 menunjukkan bahwa diskriminasi valid. Analisis jalur dilengkapi dengan uji unidimensionalitas, yang

dilakukan untuk memastikan bahwa tidak ada masalah dengan pengukuran. Uji unidimensionalitas dilakukan dengan menggunakan indikator reliabilitas komposit (*composite Reliability*) dan Cronbach's Alpha dengan cut-value 0,7. Berbagai indikator pengujian validitas dan reliabilitas yang disajikan pada tabel 4.7 menunjukkan bahwa model yang dikembangkan adalah model yang reliabel. Hasil uji masing-masing variabel menunjukkan nilai rata-rata variabel lebih besar dari 0,7, nilai alpha Cronbach lebih besar dari 0,7, dan nilai rho_A lebih besar dari 0,7.

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Behavior	0.775	0.874	0.863	0.678
Green Concern	0.794	0.708	0.822	0.700
Green Experience	0.842	0.855	0.888	0.614
Green Knowledge	0.803	0.924	0.877	0.704
Perceived Green Tourism	0.740	0.739	0.853	0.659

Sumber: data primer, diolah

Tabel 4.8 Discriminant Validity

Variabel	<i>Behavior</i>	<i>Green Concern</i>	<i>Green Experience</i>	<i>Green Knowledge</i>	<i>Perceived Green Tourism</i>
Behavior	0.823				
Green Concern	0.289	0.836			
Green Experience	0.335	0.443	0.784		
Green Knowledge	0.228	0.403	0.516	0.839	
Perceived Green Tourism	0.263	0.611	0.394	0.291	0.812

Sumber: data primer, diolah

4.3.3. Pengujian Hipotesis

Studi ini mengajukan lima hipotesis dengan hipotesis utama bahwa *green concern* memediasi pengaruh *green Experience*, *green concern*, *percieved green tourism*,

dan *green knowledge* terhadap keputusan berkunjung (*behavior*). Dari beberapa hipotesis yang diajukan tersebut, hanya terdapat satu hipotesis yang tidak terdukung secara statistik. Secara detail dapat dikatakan bahwa; (1) *green concern* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung (*behavior*); (2) *percieved green tourism* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung (*behavior*); dan (3) *green knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung (*behavior*).

Tabel 4.9. Koefisien Jalur

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Green Concern -> Behavior	0.289	0.330	0.090	3.224	0.001
Green Experience -> Green Concern	0.154	0.167	0.094	1.642	0.101
Green Knowledge -> Green Concern	0.179	0.196	0.080	2.221	0.027
Perceived Green Tourism -> Green Concern	0.498	0.502	0.080	6.263	0.000

Sumber: data primer, diolah

Tabel 4.10. *Specific Indirect Impact*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Green Experience -> Green Concern -> Behavior	0.045	0.057	0.038	1.169	0.243
Green Knowledge -> Green Concern -> Behavior	0.052	0.064	0.031	1.642	0.101
Perceived Green Tourism -> Green Concern -> Behavior	0.144	0.165	0.051	2.838	0.005

Sumber: data primer, diolah

4.3.4. Pengujian variabel Mediasi

Pengujian Variabel Mediasi: Jika variabel independen mempengaruhi variabel mediasi secara signifikan, variabel mediasi mempengaruhi variabel dependen secara signifikan, dan variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan, maka variabel yang dianggap sebagai variabel mediasi disebut sebagai variabel mediasi sempurna. Sebaliknya, jika variabel independen mempengaruhi variabel mediasi secara tidak signifikan, maka variabel ini dianggap sebagai variabel mediasi

penuh. Dengan mempertimbangkan ketentuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa *green concern* merupakan pemediasi parsial dari pengaruh *green Experience* dan *green knowledge* terhadap keputusan berkunjung (*behavior*) secara parsial dan memediasi secara penuh pengaruh *percieved green tourism* terhadap keputusan berkunjung (*behavior*).

4.3.4. Inner Model Testing (Structural Model)

Setelah pengujian *outer model* dilakukan, selanjutnya dilakukan pengujian *inner model*, atau model struktural. Nilai *R-Square* konstruk dependen dan nilai t-statistik pada uji koefisien jalur digunakan untuk mengevaluasi kualitas model. Nilai *R-Square* yang lebih besar menunjukkan bahwa model memiliki kualitas yang lebih baik. Meskipun demikian, koefisien jalur menunjukkan bagaimana hipotesis variabel berdampak pada variabel model lainnya. Tujuan dari analisis varians (R^2) adalah untuk menentukan seberapa baik variasi variabel independen dapat menjelaskan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi ditunjukkan dalam Tabel 4.10. Menurut nilai *R-Square*, variabel pengalaman hijau, keprihatinan hijau, perjalanan hijau yang variabel *green experience*, *percieved green tourism* dan *green konowledge* dapat menjelaskan keputusan mengunjungi obyek wisata berwawasan lingkungan (*behavior*) sebesar 8,3 persen dari keputusan untuk mengunjungi tempat wisata berwawasan lingkungan. Sementara itu, *green concern* yang merupakan vaviabel mediasi menjelaskan variasi keputusan mengunjungi obyek wisata berwawasan lingkungan (*behavior*) sebesar 44,5 persen.

Tabel 4.10. Koefisien Determinasi R-Square

	R Square	R Square Adjusted
Behavior	0.083	0.074
Green Concern	0.445	0.428

Sumber: data primer, diolah

Untuk menentukan besarnya rata-rata antara korelasi yang diamati dan yang diharapkan dalam model matriks korelasi, standarized root mean square residual (SRMR) digunakan sebagai ukuran absolut dari kriteria kesesuaian (model). Nilai yang lebih rendah dari 0,10 atau 0,08 dianggap sesuai. Normal Fit Index (NFI) memiliki nilai 0

hingga 1. Nilai yang lebih dekat ke nilai 1 menunjukkan kecocokan yang lebih baik. Oleh karena itu, model yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah model yang sesuai (tabel 4.11) menurut ukuran SRMR (SRMR = 0,091) tetapi tidak sesuai dengan NFI (0,593). Jika sampel kecil digunakan, NFI rendah dimungkinkan. Nilai awal dibandingkan dengan interval kepercayaan yang dibuat dari distribusi pengambilan sampel untuk pengujian berbasis bootstrap untuk kecocokan model secara keseluruhan yang tepat (yaitu, d_ULS dan d_G).

Tabel 4.11 Fit Summary

Indikator	<i>Saturated Model</i>	<i>Estimated Model</i>
SRMR	0.092	0.093
d_ULS	5.671	6.018
d_G	1.408	1.414
Chi-Square	708.836	713.805
NFI	0.539	0.535

Sumber: data primer, diolah

Untuk menunjukkan bahwa model memiliki "kesesuaian yang baik", interval kepercayaan harus lebih besar dari nilai asli kriteria d_ULS dan d_G fit. Interval kepercayaan harus dipilih sehingga batas atasnya berada pada titik 95 persen atau 99 persen. Berdasarkan keputusan ini, model ini dianggap sebagai model yang baik dengan batas atas interval kepercayaan 97,5%.

BAB V

PENUTUP

Penelitian ini menyimpulkan bahwa

1. *Green Experience* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Green Concern*
2. *Preceived Green Tourism* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Green Concern*
3. *Green Knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Mengunjungi Obyek Wisata Berwawasan Lingkungan
5. *Green Concern* memediasi pengaruh *Green Experience* dan *Green Knowledge* terhadap Keputusan Mengunjungi Obyek Wisata berwawasan lingkungan secara parsial, *Preceived Green Tourism* secara penuh

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, I. (2022). Peran green concern dalam memoderasi pengaruh persepsi greenwashing terhadap intensi pembelian produk air minum dalam kemasan. *Sains Manajemen, Bisnis Dan Administrasi*, 1(1).
- Antara, I. K. (2016). *Pengaruh Konsep Green Hotel Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Kabupaten Badung Bali*.
- Wismantoro, Y., Aryanto, V. D. W., Pamungkas, I. D., Purusa, N. A., Amron, Chasanah, A. N., & Usman. (2022). Virtual Reality Destination Experiences Model: A Moderating Variable between Wisesa Sustainable Tourism Behavior and Tourists' Intention to Visit. *Sustainability*, 15(1), 446. <https://doi.org/10.3390/su15010446>
- Wismantoro, Y., Susilowati, M. W. K., Chasanah, A. N., & Wiet Aryanto, V. D. (2023). Environmental Concern: Antecedents of Ecotourism Visit Intention with Time Perspective and Destination Image as Determination Variables. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 38(2), 399. <https://doi.org/10.56444/mem.v38i2.3945>