

ABSTRAK

ANTESEDEN DAN KONSEKUENSI SIKAP WISATAWAN PANTAI BERBASIS HIJAU DI INDONESIA

Oleh

I NYOMAN SETIAWAN

Pengembangan pariwisata dipandang sebagai cara untuk meningkatkan ekonomi dan kesejahteraan sosial suatu negara. Namun, Kelemahan pengawasan dan monitoring pemerintah terhadap objek wisata pantai menjadi penyebab terjadinya kerusakan lingkungan pantai. Salah satu cara untuk mengatasi masalah ini adalah dengan menerapkan teknik pemasaran hijau. Namun, karena calon wisatawan memiliki kebutuhan yang berbeda-beda, maka semuanya tidak dapat dipenuhi secara bersamaan. Pemasaran hijau merupakan kontributor yang signifikan terhadap perilaku pembelian ramah lingkungan wisatawan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguraikan kepedulian lingkungan yang dapat berdampak pada kualitas layanan hijau dan sikap hijau wisatawan sehingga dapat meningkatkan niat berkunjung wisatawan pantai.

Populasi pada penelitian ini adalah wisatawan yang telah berusia di atas 17 tahun dan penentuan sampel menggunakan purposive sampling. Selanjutnya penelitian ini dianalisis menggunakan SEM Lisrel sebanyak 322 responden. Penelitian ini juga melihat peran green endorser yang diduga dapat memoderasi hubungan sikap hijau wisatawan terhadap niat untuk berkunjung.

Temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan hijau memiliki pengaruh lebih besar terhadap sikap hijau wisatawan sebesar 77%, dibandingkan dengan besaran kepedulian lingkungan terhadap sikap hijau wisatawan sebesar 17%. Berarti kualitas layanan hijau lebih memiliki efek peran utama dalam menciptakan sikap hijau wisatawan dibandingkan dengan kepedulian lingkungan. Kepedulian lingkungan memiliki pengaruh terhadap kualitas layanan hijau sebesar 68%. Hal ini disebabkan oleh kualitas layanan hijau yang dipersepsikan para wisatawan sangat penting untuk diterapkan pada setiap wisata pantai sehingga dapat memberikan kenyamanan saat melakukan kunjungan. Sikap hijau wisatawan berdampak dalam pembangunan niat untuk berkunjung ulang positif signifikan dengan besaran efeknya sebesar 89%. Besaran efek ini diduga disumbangkan oleh efek kualitas layanan hijau dan bukan disumbangkan oleh kepedulian lingkungan. Dengan demikian, model riset ini memberikan gambaran bahwa kualitas layanan hijau sebagai faktor kunci utama bagi wisatawan untuk melakukan kunjungan berulang pada wisata pantai.

Kata kunci : Kepedulian lingkungan, kualitas layanan hijau, sikap hijau wisatawan, niat untuk berkunjung, *green endorser*

ABSTRACT

ANTECEDENTS AND CONSEQUENCES OF GREEN-BASED BEACH TOURIST ATTITUDES IN INDONESIA

Oleh

I NYOMAN SETIAWAN

Tourism development is a way to improve the economic and social welfare of a country. However, the weakness of government supervision and monitoring of beach tourism objects causes damage to the beach environment. One way to overcome this is to apply green marketing techniques. However, as potential tourists have different needs, they cannot be met simultaneously. Green marketing is a significant contributor to tourists' green purchasing behavior. Therefore, this study aims to elaborate on environmental concerns that can have an impact on the green service quality and green attitudes of tourists to increase the visiting intention of beach tourists.

The population in this study was tourists who were over 17 years old, and purposive sampling was used for sample determination. Furthermore, this study analyzed as many as 322 respondents using the SEM Lisrel. This study also examines the role of green endorsers, who are thought to moderate the relationship between tourists' green attitudes and intention to visit.

The findings of this study show that green service quality has a greater influence on tourists' green attitudes (77 %) than the amount of environmental awareness on tourists' green attitude (17 %). This means that green service quality has more of a primary role in creating tourists' green attitudes than environmental concerns do. Environmental concerns influence green service quality by 68%. This is because the quality of green services perceived by tourists is very important to apply to every beach tour so that it can provide comfort when visiting. Tourists' green attitude has an impact on building a significant positive intention to revisit, with an effect size of 89%. The magnitude of this effect is thought to be due to the effect of green service quality and not environmental concerns. Thus, this research model illustrates that green service quality is a key factor for tourists to make repeat visits for beach tourism.

Keywords: Environmental concern, green service quality, traveler's green attitude, intention to visit, green endorser