

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN HOTEL DAN *GREEN*
HOTEL TERHADAP *GREEN LOYALTY* HOTEL
MELALUI *GREEN SATISFACTION* PADA
MADANI HOTEL MEDAN**

TESIS

**OLEH :
IKA MELATI PUJI ASPUTRI
NPM. 221805019**



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PASCASARJANA UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2025**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 4/6/26


Access From (repository.uma.ac.id)4/6/26

LAPORAN PENGESAHAN


Judul Tesis : *Pengaruh Kualitas Layanan Hotel Dan Green Hotel Terhadap Green Loyalty Hotel Melalui Green Satisfaction Pada Madani Hotel Medan.*

Nama : Ika Melati Puji Asputri
NPM : 221805019
Program Pascasarjana : Magister Manajemen



Disetujui Oleh
Komisi Pembimbing





Dr. Adelina Lubis, SE., M.Si
Pembimbing I



Ikbar Pratama, SE, M.Sc, Acc, Ph.D
Pembimbing II



Dr. Adelina Lubis, SE., M.Si
Ketua Program Studi



Prof. Dr. Ir. Hj. Retno Astuti K, MS
Direktur Pascasarjana

Tanggal Lulus :

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa tesis yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar Megister merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan tesis ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksisanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam tesis ini.

Medan, Oktober 2025




Ika Melati Puji Asputri
221805019

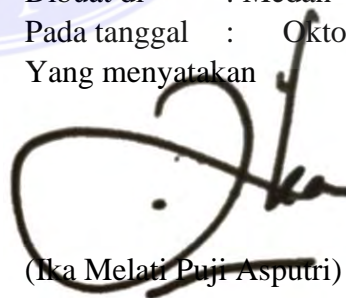
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ika Melati Puji Asputri
NPM : 221805019
Program Studi : Pascasarjana
Fakultas : Magister Manajemen
Jenis karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : *Pengaruh Kualitas Layanan Hotel Dan Green Hotel Terhadap Green Loyalty Hotel Melalui Green Satisfaction Pada Madani Hotel Medan*. beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan
Pada tanggal : Oktober 2025
Yang menyatakan



(Ika Melati Puji Asputri)

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Medan Pada tanggal 23 Januari 1992 dari ayah M. Yakub dan ibu Mutamah. Penulis merupakan putri pertama dari dua bersaudara.

Tahun 2009 Penulis lulus dari SMA Negeri 9 Medan dan pada tahun 2009 terdaftar sebagai mahasiswa LP3i di Medan jurusan Manajemen informatika ilmu komputer dan tamat dengan gelar diploma tiga (D3) pada tahun 2012, kemudian penulis melanjutkan pendidikan strata 1 di STMIK Ganesha Bandung pada tahun 2015.

Pada tahun 2012 penulis sudah berkerja di perusahaan PT Semesta Nustra Distrindo bergerak dibidang distribusi anak perusahaan PT Siantar Top, Tbk sampai dengan desember 2012, pada januari 2013 penulis bekerja di PT Belawan Indah bergerak dibidang pengangkutan muatan kapal laut sampai dengan januari 2015, pada juni 2015 penulis bekerja di PT MNC Sky Vision anak perusahaan PT MNC dan bergerak dibidang Pay TV (Parabola Indovision) sampai dengan Janauri 2016, pada November 2016 penulis bekerja di PT MNC Kabel Mediacom anak perusahaan PT MNC dan bergerak dibidang Internet dan TV kabel (Mnc Play) sampai Januari 2020, pada Februari 2020 penulis bekerja di PT Linknet anak perusahaan PT Lippo Group bergerak dibidang internet dan TV kabel (First Media) sampai dengan September 2020, pada September 2022 bekerja di PT Girana Pratama Mandiri bergerak dibidang jasa outsourcing sampai dengan saat ini.

Penulis melanjutkan Program Pascasarjana Magister Manajemen pada tahun 2022 di Universitas Medan Area.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF HOTEL SERVICE QUALITY AND GREEN HOTEL ON HOTEL GREEN LOYALTY THROUGH GREEN SATISFACTION AT MADANI HOTEL MEDAN

Name : Ika Melati Puji Asputri
Npm : 221805019
Program : Master of Management
Supervisor I : Dr. Adelina Lubis, SE., M.Si
Supervisor II : Ikbar Pratama, SE, M.Sc, Acc, Ph.D

This research aims to determine the influence of hotel service quality and green hotel on green hotel loyalty through green satisfaction at Madani Hotel Medan. This research uses the independent variables: Service Quality (X1), and Green Hotel (X2), the dependent variable: Green Loyalty (Y) with the intervening variable: Green Satisfaction (Z). This research uses quantitative methods, and data collection techniques use questionnaires and observation using the structural equation modeling-partial least squares (SEM-PLS) data analysis method using SmartPLS software. The sample in this study was 100 respondents taken from part of the population. Based on the test results, it is known that the reliability value of the service quality variable (X1) is 0.53 or greater than 0.50. The green hotel variable (X2) is 0.58 or greater than 0.50. The green loyalty variable (Y) has a value of 0.58 or greater than 0.50. And the green satisfaction variable (Z) has a value of 0.53 or greater than 0.50. These results indicate that each variable has met composite reliability so it can be concluded that all variables have a high level of reliability.

Keywords: *Service Quality, Green Hotel, Green Loyalty, Green Satisfaction.*

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS LAYANAN HOTEL DAN *GREEN HOTEL* TERHADAP *GREEN LOYALTY* HOTEL MELALUI *GREEN SATISFACTION* PADA MADANI HOTEL MEDAN

Nama : Ika Melati Puji Asputri
Npm : 221805019
Program : Magister Manajemen
Pembimbing I : Dr. Adelina Lubis, SE., M.Si
Pembimbing II : Ikbar Pratama, SE, M.Sc, Acc, Ph.D

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan hotel dan *green hotel* terhadap *green loyalty* hotel melalui *green satisfaction* pada Madani Hotel Medan. Penelitian ini menggunakan variabel bebas : *Kualitas Layanan* (X1), dan *Green Hotel* (X2), variabel terikat : *Green Loyalty* (Y) dengan variabel intervening : *Green Satisfactiob* (Z). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan observasi dengan metode analisis data *structural equation modeling-partial least squares* (SEM-PLS) dengan menggunakan *software* SmartPLS. Sampel dalam penelitian ini sebesar 100 responden yang diambil dari sebagian populasi. Berdasarkan hasil uji diketahui bahwa nilai reliabilitas variabel kualitas layanan (X1) sebesar 0,53 atau lebih besar dari 0,50. Variabel *green hotel* (X2) sebesar 0.58 atau lebih besar dari 0,50. Variabel *green loyalty* (Y) dengan nilai sebesar 0,58 atau lebih besar dari 0,50. Dan *green satisfaction* variabel (Z) memiliki nilai sebesar 0,53 atau lebih besar dari 0,50. Hasil ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel telah memenuhi composite realibility sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel memiliki tingkat realibilitas yang tinggi.

Kata Kunci : *Kualitas Layanan, Green Hotel, Green Loyalty, Green Satisfaction*

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, nikmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis ini dengan baik. Adapun judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh Kualitas Layanan Hotel Dan Green Hotel Terhadap Green Loyalty Hotel Melalui Green Satisfaction Pada Madani Hotel Medan”**.

Adapun penyusunan Tesis ini penulis menyusun dengan maksud dan tujuan untuk memenuhi tugas akhir dan melengkapi diajukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Manajemen pada program studi Magister Manajemen program Pascasarjana Universitas Medan Area.

Dalam usaha menyelesaikan tesis ini, penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan waktu, pengetahuan, dan biaya sehingga tanpa bantuan dan bimbingan dari semua pihak tidaklah mungkin berhasil dengan baik. Oleh karena itu, Pada Kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang telah memberikan banyak dukungan yang luar biasa setiap harinya, dalam bentuk do'a maupun materi dalam membantu penyusunan tesis ini dan dalam studi yang saya tempuh, kemudian tidaklah berlebihan apabila penulis menghantarkan banyak terimakasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.

2. Ibu Prof. Dr. Ir. Retna Astuti Kuswardani, MS selaku Direktur Pascasarjana Universitas Medan Area.
3. Ibu Dr. Adelina Lubis, SE, MSi, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Medan Area dan Dosen Pembimbing I yang telah Meluangkan Waktunya membimbing Penulis dan banyak memberikan bimbingan dan masukan-masukan yang berharga dalam menyelesaikan Tesis.
4. Ikbar Pratama, SE, M.Sc, Acc, Ph.D, selaku Dosen Pembimbing II yang telah Meluangkan Waktunya membimbing Penulis dan banyak memberikan bimbingan dan masukan-masukan yang berharga dalam menyelesaikan Tesis.
5. Seluruh Dosen Pascasarjana Universitas Medan Area yang selama ini telah membekali ilmu pengetahuan kepada penulis.
6. Seluruh Pegawai yang telah membantu mempermudah proses pengurusan administrasi Pascasarjana Universitas Medan Area.
7. Kedua Orang tua saya yang telah memberikan banyak dukungan yang luar biasa setiap harinya dalam bentuk doa maupun materi dalam penyusunan membantu menyusun susunan Tesis ini dan studi yang saya tempuh.
8. Terutama buat sahabat-sahabatku yang tidak bisa disebutkan satu persatu namanya yang telah memberikan dukungan dan motivasi untuk dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik.

9. Semua teman-teman stambuk 2022 program studi Magister Manajemen program Pascasarjana Universitas Medan Area yang memberikan dukungan dan motivasi untuk dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik.

Mengingat keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, maka penulis menyadari bahwa penyusunan tesis ini masih jauh dari kesempurnaan, walaupun demikian penulis berharap semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkannya.

Medan, Oktober 2024

Penulis

IKA MELATI PUJI ASPUTRI

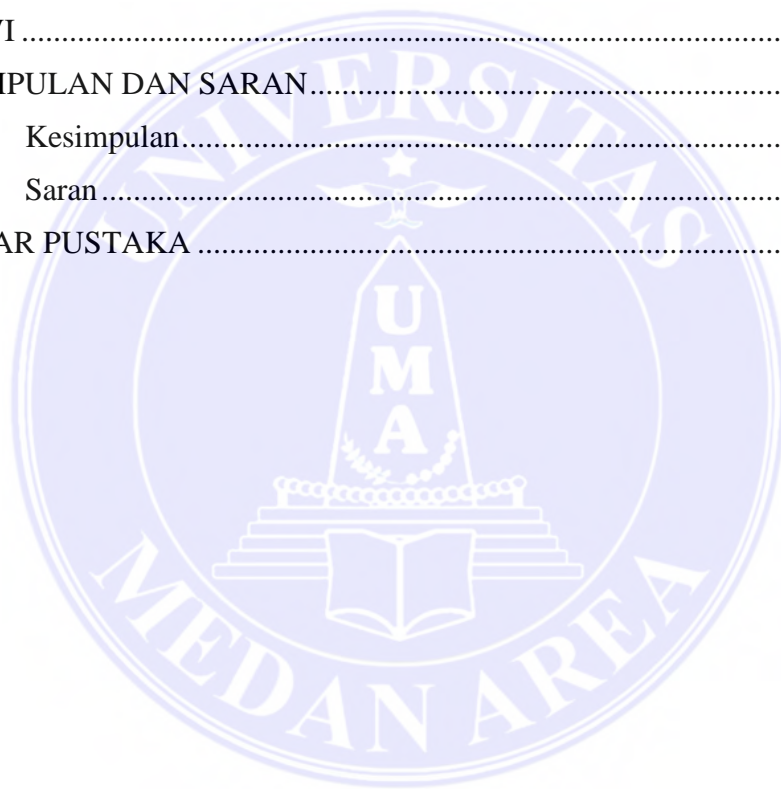
221805019

DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Keaslian Penelitian	10
BAB II.....	9
TINJAUAN LITERATUR.....	9
2.1 <i>Green Loyalty</i>	9
2.1.1 Pengertian <i>Green Loyalty</i>	9
2.1.2 Indikator <i>Green Loyalty</i>	11
2.2 <i>Green Hotel</i>	11
2.2.1 Pengertian Hotel.....	11
2.2.2 <i>Green Hotel</i>	13
2.2.3 Indikator <i>Green Hotel</i>	15
2.3 <i>Green Satisfaction</i>	18
2.3.1 Pengertian <i>Green Satisfaction</i>	18
2.3.2 Indikator <i>Green Satisfaction</i>	19
2.4 Kualitas Pelayanan	20
2.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	20
2.4.2 Indikator Kualitas Pelayanan	21
2.5 Penelitian Terdahulu.....	22

2.6	Kerangka Berpikir	24
2.6	Hipotesis Penelitian	25
BAB III		27
METODE PENELITIAN.....		27
3.1	Jenis Penelitian, Lokasi, dan Waktu Penelitian.....	27
3.1.1	Jenis Penelitian	27
3.1.2	Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian	27
3.2	Populasi dan Sampel	27
3.2.1	Populasi.....	27
3.2.2	Sampel.....	28
3.3	Definisi Operasional.....	30
3.4	Jenis Data	31
3.5	Teknik Pengumpulan Data	32
3.6	Teknik Analisis Data	32
BAB IV		34
DESKRIPSI WILAYAH DAN KARAKTERISTIK RESPONDEN		34
4.1	Deskripsi Wilayah	34
4.1.1	Letak dan Luas Wilayah Penelitian.....	34
4.1.2.	Kondisi Geografis	35
4.1.3.	Kondisi Geografis	35
4.2	Karakteristik Responden	35
4.3	Jawaban Responden Atas Variabel	39
4.3.1	Kualitas Layanan.....	40
4.3.2	<i>Green Hotel</i>	42
4.3.3	<i>Green Satisfaction</i>	43
4.3.4	<i>Green Loyalty</i>	44
BAB V.....		45
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		45
5.1	Gambaran Umum Madani Hotel Medan	45
5.1.1.	Sejarah Madani Hotel Medan.....	45
5.1.2.	Fasilitas Madani Hotel Medan	48

5.1.3.	Keistimewaaan Madani Hotel Medan.....	54
5.2	Data dan Hasil Analisis	56
5.3	Pengukuran Validitas	56
5.3.1	Validitas	57
5.3.2	Pengujian Kompatibilitas Model.....	58
5.3.3	Evaluasi Inner Model	59
5.3.4	Pengujian Hipotesis.....	59
5.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	60
BAB VI	65
KESIMPULAN DAN SARAN	65
6.1	Kesimpulan.....	65
6.2	Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	68



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kondisi alam saat ini mulai mengalami kerusakan dan mulai terlihat dampaknya. Saat ini, rasa tanggung jawab terhadap lingkungan menunjukkan peningkatan yang signifikan. Hotel sebagai salah satu komponen pariwisata mungkin bukan penyumbang terbesar polusi lingkungan, namun hotel merupakan salah satu yang penghasil polusi yang signifikan di dunia (Azila et al., 2014).

Hotel merupakan salah satu elemen pariwisata yang paling besar dalam memberikan dampak lingkungan. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen, hotel mengkonsumsi sejumlah besar energi dan sumber daya serta menghasilkan limbah baik padat atau cair. Hotel terus menghasilkan emisi karbon dioksida dan mengkonsumsi sejumlah besar air bersih, energi, dan sumber daya tak terbarukan. Dalam upaya untuk memenuhi segala kebutuhan konsumen selama menggunakan akomodasi, hotel mengkonsumsi sejumlah besar energi dan sumber daya serta menghasilkan sejumlah limbah. Industri perhotelan merupakan salah satu penyumbang polusi lingkungan. Tetapi Industri hotel di seluruh dunia saat ini semakin menunjukkan kepeduliannya terhadap isuisu lingkungan. Terdapat 75% dari pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh industry hotel adalah energi, air limbah, dan asap(Chen et al., 2015).

Menyadari isu lingkungan yang semakin penting tersebut, industri hotel kini mulai menganggap isu lingkungan sebagai bagian dari proses pengambilan

keputusan, termasuk untuk bidang operasional. Tren ini mengubah kebanyakan perusahaan untuk berorientasi menjadi industri hotel yang berwawasan ekonomi sekaligus lingkungan yang berkelanjutan. Artinya, fokus industri hotel tidak hanya pada proses produksi barang dan jasa saja, tetapi juga aktif untuk dapat melestarikan eksistensi lingkungan (Setiawati & Sitorus, 2014).

Banyaknya pembangunan hotel tentu berdampak terhadap kerusakan lingkungan akibat banyaknya pemanfaatan sumber daya. Rata-rata hotel menghasilkan 160-200 kilogram CO₂ per meter per kamar di setiap lantainya setiap tahun. Hasil studi PBB menunjukkan bahwa industri hotel berkontribusi lebih dari 5% terhadap emisi gas CO₂ secara global (Setiawati & Sitorus, 2014).

Kebiasaan gaya hidup hijau atau *green lifestyle* yang semakin lama membawa perubahan baik untuk lingkungan ini juga menjadi pemicu para pebisnis untuk mengembangkan bisnisnya menjadi sebuah bisnis yang ramah lingkungan. Perubahan ini juga dilirik oleh dunia perhotelan, karena hotel yang menerapkan praktik keberlanjutan dapat menjadi salah satu kunci keberhasilan dimasa depan (Berezan et al., 2013). Oleh karena itu, kini semakin banyak hotel yang merubah kegiatan operasionalnya dengan menerapkan praktik hotel yang ramah lingkungan dengan menggunakan konsep hijau (*green hotel*).

Green hotel merupakan salah satu solusi yang telah banyak diterapkan oleh hotel di dunia. Hotel melakukan *green hotel* untuk mengurangi dampak terhadap lingkungan. *Green hotel* sudah menjadi branding serta strategi dalam memenangkan persaingan bisnis. Jika menggunakan energi ramah lingkungan, maka penyelamatan lingkungan bisa jauh lebih baik (Brian et al., 2019).

Green satisfaction merupakan tingkat kepuasan konsumen dalam menggunakan produk hijau tertentu seperti Sikat Gigi yang berbahan dasar Bambu, Odol Gigi yang alami serta produk lain yang peduli akan lingkungan. Terciptanya *green satisfaction* ini akan memberikan keuntungan mutualisme dimana hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi positif, memberikan awalan yang sangat baik untuk melakukan pembelian ulang dan terciptanya sebuah loyalitas pelanggan yang sempurna (Firmansah et al., 2021).

Salah satu hotel di kota Medan yang menerapkan Green Hotel adalah Hotel Madani. Sistem *go green* yang diterapkan oleh pihak hotel adalah memiliki kawasan yang ramah lingkungan dengan menempatkan tanaman – tanaman yang asri di setiap ruangan, mengelola limbah dengan baik, dan menghemat energy. Kemudian juga sistem *go green* yang diterapkan adalah pihak hotel tidak menyediakan botol air mineral dan menggantikannya dengan dispenser di lorong kamar, kemudian sikat gigi di setiap kamar mandi juga diganti dengan pegangan berbahan bambu.

Sebagai hotel yang bernuansa islami di Kota Medan, menjadikan Hotel Madani melakukan berbagai upaya dan strategi untuk tetap meningkatkan tingkat *occupancy*. Berikut disajikan tingkat *occupancy* Hotel Madani pada tabel 1 :

Tabel 1. Tingkat *occupancy* Hotel Madani

Tahun	Room Available	Room Sold
2020	832	643
2021	1838	1632
2022	1196	1085

Sumber : *Front-Office Dept. Hotel Madani (2022)*

Berdasarkan Tabel 1 pada penelitian ini adalah tingkat *occupancy* Hotel Madani mengalami penurunan pada tahun 2022, hal ini dikarenakan banyaknya jumlah pendirian hotel baru baik hotel melati atau bintang serta menjamurnya pendirian *guest house* di Kota Medan. Turunnya tingkat *occupancy* di Hotel Madani berpengaruh pula pada *revenue* hotel.

Penelitian yang dilakukan oleh (Liat et al., 2014) hotel harus memiliki pemahaman yang kuat tentang faktor pendorong untuk membuat konsumen puas dan loyal sebagai sarana untuk bersaing dan bertahan. Kualitas layanan juga sebagai pendorong utama untuk loyalitas konsumen.

Beberapa studi perhotelan mengeksplorasi hubungan yang kuat antara kualitas layanan dan kepuasan. Kualitas pelayanan yang baik menentukan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yang baik juga memberikan benefit kepada perusahaan. Kemudian penelitian terbaru tentang faktor penentu loyalitas konsumen adalah green hotel. Pengaruh praktik bisnis hijau terhadap loyalitas konsumen mendapat banyak perhatian dalam beberapa tahun terakhir, seperti tamu hotel menjadi semakin sadar akan masalah lingkungan dan mengharapkan pihak hotel untuk aktif dalam meminimalkan dampak lingkungan dan mempromosikan

go green (Trang et al., 2019). Harapan konsumen tinggi terhadap kualitas pelayanan hotel dan *green hotel*. Tetapi ada penelitian yang menyatakan kualitas pelayanan dan *green hotel* tidak berpengaruh pada kepuasan tamu hotel, dengan alasan bahwa praktik hijau mungkin mengorbankan kenyamanan sehingga berdampak buruk pada hubungan antar kualitas layanan dan kepuasan. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai hubungan *green hotel* dan kualitas layanan pada kepuasan dan loyalitas tamu hotel (Lee et al., 2014).

Penelitian ini akan memperluas literatur yang muncul dengan memeriksa secara empiris model kualitas layanan, *green hotel* berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas tamu hotel. Penelitian terkait *green hotel* dan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen hotel perlu dilakukan. Dengan membentuk model *Green Loyalty* pada Hotel Ramah Lingkungan Kota Medan Menggunakan Moderasi *Green Satisfaction*.

Penelitian terdahulu menyatakan bahwa *green hotel* yang diterapkan oleh hotel dapat berdampak signifikan kepuasan tamu dan dapat membangun loyalitas konsumen (Yusof et al., 2017). Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada Madani Hotel Medan strategi untuk meningkatkan jumlah tamu dan pendapatan hotel.

Berdasarkan presurvey yang dilakukan oleh peneliti dalam mengukur faktor- faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung di Madani Hotel Medan, diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 1. 1 Hasil Pra survey Kualitas Pelayanan

Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS	Total Responden
Hotel Madani menyediakan fasilitas yang memenuhi harapan para pelanggan	14	13	1	1	1	30
Staff hotel memberikan informasi secara akurat sesuai dengan yang dijanjikan	17	12	1			30
Staff hotel tanggap dalam menangani keluhan pelanggan	12	10	3	2	3	30
Staff hotel memiliki kemampuan yang sangat baik dalam menjamin keamanan dan kenyamanan kepada para pelanggan	16	13	1			30
Keramahan dan kesopanan selalu ditunjukkan staff hotel kepada pelanggan	18	12				30

Tabel 1. 1 Hasil Pra survey Kualitas Green Hotel

Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS	Total Responden
Hotel Madani menggunakan produk ramah lingkungan seperti sabun dari bahan organic, alat makan yang dapat dipakai kembali dsb.	25	5				30

Hotel Madani menyediakan makanan dan minuman yang mengandalkan sumber daya pertanian organik	13	12	5			30
Hotel madani hanya menyediakan shower dalam kamar mandi agar pelanggan dapat menggunakan air sesuai kebutuhan.	17	12	1			30
Lingkungan dalam hotel bebas asap dan bau tak sedap.	13	15	2			30

Tabel 1. 3 Hasil Pra survey Kualitas *Green Satisfaction*

Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS	Total Responden
Anda merasa memilih Hotel Madani sebagai tempat menginap adalah keputusan yang tepat	10	8	6	4	2	30
Anda merasa puas menggunakan produk ramah lingkungan yang ada di dalam hotel	10	9	7	4		30
Anda yakin melakukan hal yang benar dengan memilih produk barang dan jasa organik/ramah lingkungan	8	9	7	4	2	30
Anda merasa puas menjadi bagian dari konsumen produk ramah lingkungan	15	9	6			30

Tabel 1. 4 Hasil Pra survey *Green loyalty*

Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS	Total Responden
Saya berencana akan memilih Hotel Madani pada kunjungan selanjutnya.	12	8	5	3	2	30
Saya bersedia merekomendasikan hotel Madani kepada keluarga dan teman teman saya	10	7	3	2	3	30
Saya dapat menerima harga produk ramah lingkungan yang lebih mahal meskipun harga produk-produk pada umumnya (produk yang tidak ramah lingkungan) lebih murah	12	7	3	2	1	30

Maka dengan itu di ambilah Judul Tesis pada Penelitian ini **“Pengaruh Kualitas Layanan Hotel Dan *Green Hotel* Terhadap *Green Loyalty Hotel* Melalui *Green Satisfaction* Pada Madani Hotel Medan.”**.

1.2 Rumusan Masalah

Madani Hotel medan merupakan salah satu hotel berbasis syari’ah yang ada dikota medan dan merupakan hotel yang berada di pusat kota medan. Madani hotel medan berlokasi dekat dengan tempat wisata dan pusat perbelanjaan diantaranya Istana Maimun, Mesjid raya Medan, Yuki Simpang Raya dan tempat lainnya.

Namun, berdasarkan pra survey yang telah dilakukan oleh peneliti Madani Hotel Medan masih belum optimal menarik pengunjung hotel, terutama bagi wisatawan yang sadar akan lingkungan. Keterbatasan informasi tentang Madani

Hotel Medan mengenai pengaruh kualitas layanan hotel dan *green* hotel terhadap *green loyalty* hotel melalui *green satisfaction* pada Madani Hotel Medan.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Layanan Hotel terhadap *Green Satisfaction* pada Madani Hotel Medan.
2. Untuk menganalisis pengaruh *Green* Hotel terhadap *Green Satisfaction* pada Madani Hotel Medan.
3. Untuk menganalisis pengaruh *Green Satisfaction* terhadap *Green Loyalty* pada Madani Hotel Medan.
4. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Layanan Hotel terhadap *Green Loyalty* pada Madani Hotel Medan.
5. Untuk menganalisis pengaruh *Green* Hotel terhadap *Green Loyalty* pada Madani Hotel Medan.
6. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Layanan terhadap *Green Loyalty* melalui *Green Satisfaction* pada Madani Hotel Medan.
7. Untuk menganalisis pengaruh *Green* Hotel terhadap *Green Loyalty* melalui *Green Satisfaction* pada Madani Hotel Medan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini tentang kontribusi apa yang dapat dilakukan setelah selesai melakukan penelitian. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan

pengetahuan khususnya mengenai green marketing dalam meningkatkan *Green Loyalty* dan *Green Satisfaction* pada Hotel dan Hasil Penelitian ini diharapkan menambah wawasan keilmuan yang bermanfaat untuk peneliti dan para pihak yang berkepentingan. Terutama yang berkaitan dengan strategi *Loyalty* dan *Green Satisfaction* pada Hotel . Serta Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dan inovasi dalam pengembangan Madani Hotel Medan.

1.5 Keaslian Penelitian

Penelitian ini mengambil objek penelitian Hotel yang menggunakan Konsep Hijau pada hotel di Kota Medan yaitu Madani Hotel Medan yang berdiri dari tahun 2009 hingga sampai sekarang. Penelitian yang di lakukan pada Madani Hotel Medan sebagai objek penelitian sudah ada dilakukan, namun penelitian yang mencari hubungan antara Kualitas Layanan secara spesifik yang dalam hal ini dilihat dari indikator *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy* dan *Green Hotel* dengan indikator *Recycled Material, Recyclables, Low-polluting, dan Energy-saving* terhadap *Green Loyalty* dengan indikator yaitu *Visiting green hotel, Positive Word of Mouth, Willingness to pay more* dengan *Green Satisfaction* sebagai variabel intervening dengan indikator kepuasan memilih, kepuasan membeli, kepuasan terhadap nilai-nilai pelestarian lingkungan dan kepuasan berkontribusi. Dan inilah yang menjadi kebaruan yang menunjukkan keaslian dari penelitian ini. Keaslian penelitian ini berdasarkan pada beberapa penelitian terdahulu yang mempunyai karekteristik yang relatif sama dalam hal tema kajian, meskipun berbeda dalam hal kriteria subjek, jumlah dan posisi variabel penelitian atau metode analisis yang digunakan.

BAB II

TINJAUAN LITERATUR

2.1 *Green Loyalty*

2.1.1 *Pengertian Green Loyalty*

Kualitas sebuah produk dapat menjadikan titik awal yang penting untuk menyampaikan kepuasan kepada pelanggan sehingga menghasilkan loyalitas pelanggan (Pratiwi, 2021). Loyalitas pelanggan telah menjadi tujuan strategis bagi perusahaan dan hal ini sangat penting bagi perusahaan khususnya di sektor jasa, mengingat bahwa pelanggan memandang risiko yang lebih besar dalam memilih pelayanan. Frekuensi kunjungan dari konsumen loyal lebih tinggi jika dibandingkan dengan konsumen non-loyal, konsumen loyal berani membeli lebih dari konsumen non-loyal (Sukaatmadja, 2018). Selain itu, loyalitas pelanggan merupakan ambisi akhir dari sejumlah perusahaan, pelanggan yang setia membeli lebih banyak, mereka dapat menghabiskan sebagian besar dari pendapatan mereka untuk membeli sesuatu dan cenderung tidak terlalu memperdulikan harga dibandingkan pelanggan lain (Astuti, 2018).

Pengertian *Green loyalty* adalah komitmen konsumen untuk membeli kembali produk-produk yang berlabel ramah lingkungan. Sedangkan menurut Firmamsyah, dkk. mendefinisikan green loyalty sikap pelanggan untuk membeli kembali produk-produk yang berlabel ramah lingkungan secara terus-menerus. Konsumen yang loyal adalah seorang konsumen yang selalu membeli

kembali dari perusahaan yang sama. Loyalitas dapat berpegang teguh pada komitmen untuk dapat membeli kembali produk yang sangat disukai atau jasa di kemudian hari (Firmansah et al., 2021).

Green loyalty dapat diartikan sebagai perilaku pelanggan dalam menjaga hubungan dengan perusahaan atau produk yang terlibat dalam upaya perlindungan lingkungan (Issock et al., 2020), dimana perilaku tersebut ditunjukkan dengan secara konsisten berkomitmen untuk membeli produk dari perusahaan ramah lingkungan secara berulang-ulang, menunjukkan toleransi untuk harga yang lebih tinggi, dan merekomendasikan kepada orang lain (Pahlevi & Suhartanto, 2020).

Green loyalty merupakan hal krusial yang harus dicapai oleh perusahaan demi keberlangsungan konsep bisnis ramah lingkungannya dan juga untuk turut serta menjaga kelestarian lingkungan. Sedangkan menurut (Dabija et al., 2018) *Green loyalty* diukur dari tingkat niat beli ulang konsumen yang mempertimbangkan sikap dan komitmen perusahaan terhadap lingkungan berkelanjutan. Kemudian menurut (Fitriani et al., 2021) *Green loyalty* merupakan sikap pelanggan untuk terus membeli kembali produk yang berlabel ramah lingkungan. Konsumen yang loyal adalah konsumen yang selalu membeli lagi pada perusahaan yang sama, dimana pelanggan ingin mempertahankan hubungan dengan sebuah institusi yang melibatkan masalah lingkungan atau hijau, memiliki komitmen untuk membeli lagi pilihan produk yang digemari dengan konsisten di masa yang akan datang.

2.1.2 Indikator *Green Loyalty*

Indikator *green loyalty* adalah faktor-faktor yang mempengaruhi komitmen konsumen untuk membeli kembali produk-produk yang berlabel ramah lingkungan.

Menurut Jang (2021) indikator Loyalitas Hijau adalah :

1. Konsumen akan merekomendasikan produk tersebut kepada teman-temannya atau orang lain karena produk tersebut ramah lingkungan.
2. Konsumen merasa ingin kembali untuk membeli kembali produk tersebut dalam waktu dekat karena produk tersebut ramah lingkungan.
3. Produk tersebut menjadi pilihan pertama para konsumen daripada yang lainnya karena produk tersebut ramah lingkungan.

2.2 *Green Hotel*

2.2.1 Pengertian Hotel

Hotel adalah suatu industri atau usaha jasa yang dikelola secara komersial. Sedangkan Pengertian hotel menurut Keputusan Menteri Pariwisata P.S dan Telekomunikasi No. KM.37 / PW.304 / MPPT – 86 BAB 1 pasal 1 ayat (8) , pada tanggal 7 Juni 1986 sebagai berikut : “ Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman serta jasa penunjang lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial dan proporsional”.

Sejak tahun 1986, Departemen Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi menetapkan kebijakan melalui Surat Keputusan Nomor KM 37/PW.304/MPPT-86 tentang penggolongan/klasifikasi hotel, yaitu:

1. Hotel bintang yang ditandai bintang (*) dari bintang 5 sampai dengan bintang 1
2. Hotel melati ditandai dengan melati dari 'melati 3' sampai dengan melati 1

Menurut (Wilson, 2022) Wison Hotel merupakan usaha yang memberikan pelayanan antara lain salah satunya adalah menyewakan kamar. Hotel umumnya memiliki berbagai jenis kamar dan setiap jenis kamar fasilitasnya berbeda, namun secara umum fasilitas kamar standar yang tersedia, antara lain sebagai berikut:

1. Kamar mandi private (bath room) lengkap dengan fasilitasnya
2. Tempat tidur (jumlah dan ukurannya sesuai dengan jenis kamar).
3. Minibar
4. Almari pakaian (cupboard)
5. Telepon, Radio dan Televisi
6. Meja rias/ tulis (dressing tablet)
7. Rak untuk menyimpan koper (luggage rack)
8. Asbak, korek api, alat tulis (stationaries)

Jenis kamar menurut fasilitasnya yang tersedia umumnya berbeda dari satu hotel dengan hotel yang lainnya, hal tersebut karena harga kamar selalu dikaitkan dengan kelengkapan fasilitas yang tersedia pada setiap kamar. Makin lengkap fasilitasnya yang tersedia dalam setiap kamar, makin mahal pula harganya.

2.2.2 *Green Hotel*

Green hotel adalah hotel yang menerapkan kepedulian terhadap lingkungan dan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan (Sari et al., 2020). Green Hotel ini berlaku sebagai pedoman untuk memandu, mengajar dan menyertifikasi industri perhotelan dan pariwisata agar terjadi peningkatan kualitas lingkungan dan alam secara berkelanjutan. Selain untuk menghadapi permasalahan lingkungan, pedoman ini dapat membantu hotel untuk bersaing dalam industri pariwisata se-ASEAN yang juga mulai menerapkan pariwisata berwawasan lingkungan. Hal ini salah satunya juga untuk menjawab tuntutan wisatawan saat ini yang juga mulai selektif untuk memilih akomodasi/penginapan yang ramah lingkungan (Lestari et al., 2020).

Prinsip *green hotel* diperkenalkan untuk menjaga keberlanjutan pariwisata di suatu daerah. Prinsip keberlanjutan dalam prinsip ini mencakup tentang bertanggung jawab terhadap lingkungan, sosial dan budaya, mengurangi dampak negatif dari aktivitas wisata, mempromosikan nilai sosial dan budaya masyarakat lokal, bertanggung jawab terhadap pengelolaan bisnis secara berkelanjutan, dan dapat menguntungkan bagi masyarakat lokal (Aminuddin et al., 2016).

Menurut Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (*Menparekraf*) *green hotel* adalah hotel yang menerapkan kepedulian terhadap lingkungan dan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan. Terdapat tiga alasan mendasar untuk menerapkan green hotel pada industri pariwisata di Indonesia yaitu industry pariwisata seperti hotel bisa turut serta dalam bahaya perubahan iklim akibat

pemanasan global dengan mengurangi emisi karbon, menghemat energi, konservasi air, dan menggunakan bahan ramah lingkungan, hotel yang menghemat energi seperti listrik, air, dan bahan bakar rupanya bertujuan untuk penghematan pada biaya pengeluaran operasional hotel, tuntutan dari masyarakat agar para pelaku usaha berperan serta dalam penghematan energi dan kepedulian lingkungan (Ferianto et al., 2014).

Menurut *Green Hotel Association* (2018) *green hotel* merupakan kegiatan operasional hotel yang menerapkan berbagai macam program ramah lingkungan seperti hemat air dan energi, mempunyai kebijakan pembelian yang ramah lingkungan, serta mengurangi pembuangan emisi atau limbah untuk melindungi lingkungan dan mengurangi biaya operasional.

Jadi dapat disimpulkan pengertian green hotel yaitu merupakan hotel yang ramah terhadap lingkungan dan menggunakan energi yang dapat diperbaharui. Adapun kriteria yang menjadikan hotel tersebut disebut '*green*' yaitu dalam tahap operasional dan pemeliharaan berpijak pada strategi yang ramah terhadap lingkungan. menggunakan produk yang ramah terhadap lingkungan, adanya kepedulian pihak hotel terhadap masyarakat sekitar, sumber daya manusia yang mengerti dan peduli terhadap lingkungan, manajemen pengolahan sampah, efisiensi energi, efisiensi air, kualitas udara dalam ruangan, kontrol kebisingan, pengolahan air limbah, penggunaan bahan yang tidak beracun (Sugianto et al., 2017).

2.2.3 Indikator *Green Hotel*

Menurut (Sugianto et al., 2017), terdapat enam dimensi *Green Hotel Standard* (LB/T007-2006), meliputi:

1. *Green Design*:

Green Design adalah dimana hotel memiliki pertimbangan terhadap lingkungan sekitar dalam perencanaan dan desain-nya, sehingga tidak menyebabkan kemerosotan terhadap sistem *ekologi local*

- a. Arsitektur: Sepenuhnya mempertimbangkan desain dan penggunaan pencahayaan alami, pintu dan jendela harus dengan efektif melindungi kebisingan, serta menggunakan desain interior yang ramah lingkungan.
- b. Energi baru: memanfaatkan energi baru dan sumber energi yang dapat diperbaharui seperti angin, hydropower, tenaga surya, serta biomassa dan tenaga panas bumi.
- c. Konservasi air: menggunakan sistem pengumpulan air hujan, membangun toilet hemat air, dan mengurangi emisi polusi.

2. *Energy Management*

- a. Mengimplementasikan metode baru penghematan energi, contohnya memanfaatkan energi tenaga surya dan teknologi penghematan air.

3. *Environmental Protection*:

- a. Alat-alat perlindungan lingkungan: kulkas dan pendingin ruangan tanpa freon.

- b. Lingkungan dalam gedung: menggunakan dekorasi ramah lingkungan dan diberi tanda “ramah lingkungan”.

4. *Reduce Consumption:*

- a. Kamar tamu: mengurangi pencucian linen, mengurangi ketersediaan suplai kamar seperti sabun dan sampo, meniadakan atau menyederhanakan pengemasan barang-barang di kamar.
- b. Tempat makan: tidak menggunakan peralatan makan sekali pakai.
- c. Menghemat kertas.
- d. Bahan yang perlu dicuci dikelompokkan sehingga dapat menghemat penggunaan deterjen dan air.

5. *Green Products and Services:*

- a. Kamar tamu hijau: mendesain ruangan dan lantai bebas rokok, menginstalasi sistem ventilasi sentral, mengurangi frekuensi penggantian barang-barang tamu, penyaringan air minum, dan menghias kamar dengan tanaman.
- b. Makanan hijau: menggunakan bahan organik dan sayuran segar, memastikan keamanan bahan mentah, kantin bebas rokok, tidak menjual makanan dari binatang langka, dan tidak menggunakan produk yang diproduksi oleh perusahaan yang membahayakan lingkungan.

6. *Socio-economic and environmental benefits*

Memberikan pelatihan mengenai green program untuk karyawan hotel.

Menurut (Abdullah & Pebriyanti, 2016), orientasi dasar yang dilakukan oleh hotel yang menerapkan program *green hotel* meliputi:

1. *Recycled Material* : Dimensi *recycled material* merupakan penggunaan bahan-bahan bangunan seperti aluminium, kaca, besi, baja, batu bata yang diprioritaskan untuk menjalankan “*green construction*”. Hal-hal seperti penerangan bangunan, efek radiasi, dan limbah bangunan harus diperhitungkan saat mendesain konstruksi.
2. *Recyclables* : Dimensi *recyclable* adalah ketika sampah dipisahkan menjadi sampah kertas, sampah botol kaca, aluminium, maupun besi, dan botol plastik. Sampah tersebut kemudian didaur ulang oleh perusahaan dan dapat menghasilkan produk baru yang ramah lingkungan.
3. *Low-polluting* : Polusi terhadap lingkungan disebabkan oleh konsumsi energi yang berlebihan, yang menyebabkan permasalahan lingkungan. Hal ini terjadi mengikuti perkembangan industri pariwisata dan perekonomian. Hotel mempromosikan ide mengenai perlindungan terhadap lingkungan melalui operasi-operasi daur ulang, perencanaan sistem daur ulang, dan memanfaatkan energi surya, energi angin, energi biomassa, dan tenaga hidrolik.
4. *Energy-saving* : Dimensi *energy-saving* adalah ketika hotel melakukan penghematan air dan energi, serta meningkatkan prosedur pelayanan atau

menambahkan ide perlindungan lingkungan ke dalam pelatihan yang dilaksanakan.

2.3 *Green Satisfaction*

2.3.1 *Pengertian Green Satisfaction*

Green satisfaction didefinisikan sebagai level kesukaan dari terpenuhinya konsumen yang memuaskan dengan memikirkan pertimbangan lingkungan pelanggan, sesuai dengan keinginan dan kebutuhan hijau hal tersebut (Ma'rifatun & Riptiono, 2020).

Green Satisfaction adalah tingkat kesenangan dalam mengkonsumsi barang maupun jasa melalui adanya pemenuhan kepuasan sebuah keinginan kosumen terhadap kepedulian lingkungan dengan indikator keputusan memilih, kepuasan membeli, rasa berkontribusi, kepuasan akan kinerja lingkungan, kepuasan keseluruhan (Pratama et al., 2017). Sedangkan Menurut (Sukaatmadja, 2018) *Green satisfaction* adalah kepuasan yang terasa ketika salah satu keinginan, kebutuhan atau harapan tentang perlunya produ kramah lingkungan telah terpenuhi.

Menurut (Firmansah et al., 2021) *Green satisfaction* merupakan tingkat kepuasan konsumen setelah mengkonsumsi suatu produk ramah lingkungan dan melakukan pembelian ulang. Terciptanya *green satisfaction* ini akan memberikan keuntungan mutualisme dimana hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi positif, memberikan awalan yang sangat baik untuk melakukan pembelian ulang dan terciptanya sebuah loyalitas pelanggan yang sempurna.

(Luis et al., 2017) berpendapat bahwa *satisfaction* bisa diartikan sebagai perasaan bahagia atau kecewa dari konsumen yang muncul karena membandingkan persepsi kinerja dari produk terhadap ekspektasi mereka. Menurut Bansal dan Barnett, green satisfaction memiliki arti sebagai terpenuhinya kebutuhan, keinginan serta hasrat dalam kepedulian terhadap lingkungan dalam pengkonsumsian suatu produk oleh konsumen dan pemenuhan ini dirasakan menyenangkan bagi pelanggan.

Dapat disimpulkan bahwa *Green satisfaction* merupakan kepuasan dan kebahagiaan konsumen karena produk yang ramah lingkungan yang telah dikonsumsi sesuai dengan harapan, keinginan dan kebutuhan mereka.

2.3.2 Indikator *Green Satisfaction*

Menurut (Firmansyah et al., n.d. 2020) terdapat empat indikator untuk mengukur *Green Satisfaction* adalah sebagai berikut:

1. Kebahagiaan dalam memutuskan memilih merek hijau. Artinya, konsumen senang dengan keputusannya dalam memilih merek yang memiliki komitmen terhadap lingkungan.
2. Kepercayaan membeli merek hijau yang tepat. Artinya, konsumen percaya bahwa membeli merek yang memiliki kinerja terhadap lingkungan adalah hal yang tepat.
3. Kesenangan membeli merek hijau. Artinya, secara keseluruhan konsumen senang untuk membeli merek yang ramah lingkungan.

4. Kepuasan membeli merek hijau. Artinya, secara keseluruhan konsumen puas dengan merek yang memiliki kepedulian terhadap lingkungan.

2.4 Kualitas Pelayanan

2.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut (Sinrang, 2017) Kualitas Pelayanan adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Definisi tersebut mencerminkan kualitas yang berpusat pada konsumen. “Seorang penjual atau sebuah perusahaan dapat disebut sebagai perusahaan berkualitas jika hampir selalu memuaskan kebanyakan kebutuhan konsumennya, dimana pelayanan yang diberikan memenuhi atau melebihi harapan konsumen”

Menurut (Rosanty, 2021) “Kualitas pelayanan adalah pelayanan yang sesuai atau melampaui apa yang diharapkan oleh pelanggan atas pelayanan yang mereka terima”. Kualitas pelayanan yang diterima oleh konsumen lebih rendah dari yang diharapkannya maka konsumen akan merasa (tidak puas) dan akan mencari perusahaan lain yang mampu memuaskan kebutuhannya, sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diberikan melebihi harapan konsumen maka akan menciptakan kepuasan konsumen (sangat puas), sedangkan pada keadaan dimana apa yang diterima sama dengan apa yang diharapkan, maka konsumen tersebut akan merasakan tidak puas dan puas (netral). Seperti yang telah dijelaskan bahwa salah

satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

Dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka semakin besar pula peluang konsumen tersebut untuk membeli kembali produk yang ditawarkan atau konsumen potensial. Namun apabila perusahaan tidak dapat memuaskan konsumen karena kualitas pelayanan yang mengecewakan maka konsumen tersebut akan membeli produk pada perusahaan lain yang dianggap memuaskan.

2.4.2 Indikator Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan faktor penilaian yang merefleksikan persepsi konsumen terhadap 5 (lima) indikator spesifik dari kinerja pelayanan. Adapun kelima indikator kualitas pelayanan tersebut yang dijelaskan oleh (Devi Widyaningrum, 2020) sebagai berikut :

1. Berwujud (*Tangibles*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.
2. Keandalan (*Reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan untuk membantu para pelanggan dan memproses permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
4. Jaminan (*Assurance*), berkenaan dengan perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggan.
5. Empati (*Emphaty*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggan dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya. Berikut ringkasan penelitian yang relevan yang mendasari adanya penelitian ini diantaranya :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

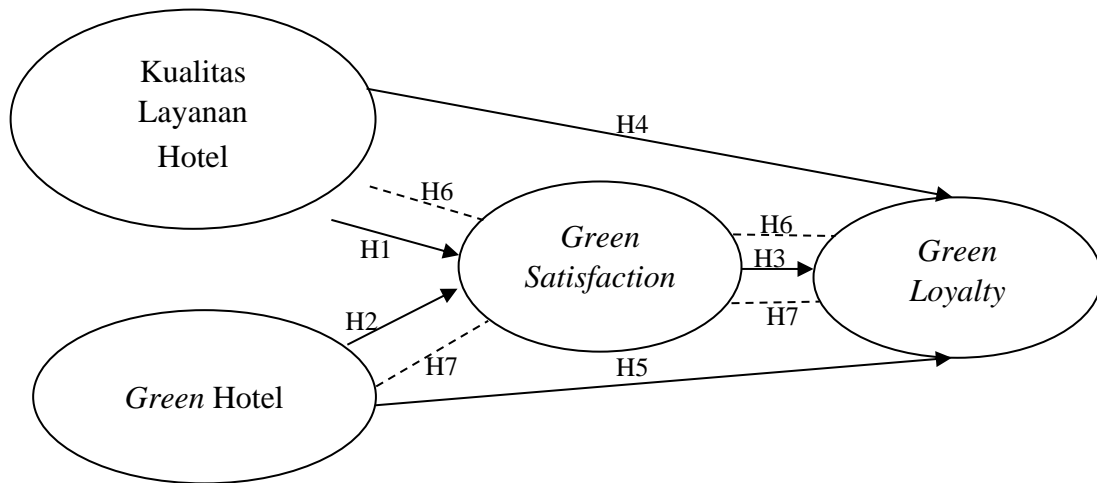
Nama & Tahun Penelitian	Judul	Hasil Penelitian
(Sukaatmadja , 2018)	Peran <i>Green Trust</i> Dan <i>Green Satisfaction</i> Memediasi Hubungan <i>Green Image</i>	Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan <i>green image</i> dengan <i>green trust</i> , <i>green image</i> dengan <i>green satisfaction</i> , <i>green trust</i> dengan <i>green loyalty</i> , <i>green satisfaction</i> dengan <i>green loyalty</i> , <i>green image</i> dengan <i>green loyalty</i> , serta untuk menjelaskan peran <i>green trust</i> dan <i>green satisfaction</i> dalam

Nama & Tahun Penelitian	Judul	Hasil Penelitian
	Dengan <i>Green Loyalty</i>	memediasi hubungan <i>green image</i> dengan <i>green loyalty</i> , populasi dalam penelitian ini adalah tamu yang telah menginap di Hotel Bali Tropic Resort & Spa (minimal sudah pernah menginap 2 kali dalam periode tahun 2013-2017) dengan ukuran sampel sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan teknik analisis PLS (Partial Least Square). Penelitian ini menemukan bahwa <i>green image</i> memiliki hubungan positif dengan <i>green trust</i> , <i>green satisfaction</i> , serta <i>green loyalty</i> .
(Luis et al., 2017)	Pengaruh <i>Green Perceived Quality</i> , <i>Green Satisfaction</i> Dan <i>Green Perceived Risk</i> Terhadap <i>Green Trust</i>	Sampel yang dipakai dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang ditentukan menggunakan metode non probability sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Penelitian ini menunjukkan bahwa <i>green perceived quality</i> dan <i>green satisfaction</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>green trust</i> pada pengguna produk ramah lingkungan Peralite di Kota Denpasar. <i>Green trust</i> dipengaruhi secara negatif dan signifikan oleh variabel <i>green perceived risk</i> pada pengguna produk ramah lingkungan Peralite di Kota Denpasar.
(Yuniati et al., 2020)	<i>Loyalty of Green Tourist : Mediating Role of Satisfaction</i>	<i>The paper aims to test a research model of the mediating role of satisfaction in creating loyalty of green tourists. The importance of loyalty refers to a number of unique characteristics of green tourists such as being associated with the middle class, high spenders, staying longer than common tourists, high involvement, and tolerance. By using SEM a mediation test was carried out related to the position of customer satisfaction (GCS) in mediating its decision to buy in an environmentally friendly hotel (GP) and its loyalty (GCL). In short, to get loyal customers, services must be created in order to encourage customer satisfaction.</i>

Nama & Tahun Penelitian	Judul	Hasil Penelitian
(Yuniati, 2020)	<i>Determinants of Purchasing and Loyalty of European Guests Choosing Green Hotel</i>	<i>. This study seeks to examine a model of purchasing behavior and loyalty of visitors from Europe. By examining a sample of 215 hotel guests, it was found that from the five variables that were indicated to influence the decision to choose green hotel i.e. experience, environmental concern, image, price, and reference group, it turns out that price does not have a significant effect. This means that segments that have a high environmental concern tend to prioritize factors beyond price. European visitors can then be referred to as green consumers who have characteristics including hassle-free segments, easy to manage, and less complained. This study also examines the relationship model between Purchasing, Satisfaction, and Loyalty on green consumers, where satisfaction is an important element in fostering customer loyalty.</i>

2.6 Kerangka Konseptual

Menurut (Sugiyono, 2017) arti kerangka konsep dalam penelitian ialah alur berpikir dengan menerapkan berbagai model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah dalam topik penelitian dengan susunan yang sistematis. Model penelitian dapat dilihat pada gambar berikut ini :



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.6 Hipotesis Penelitian

Keberadaan hipotesis dipandang sebagai komponen penting dalam penelitian, oleh karena itu, peneliti telah merumuskan hipotesis penelitian. Adapun hipotesis dari penelitian ini adalah :

- H1 : Kualitas Layanan Hotel berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Green Satisfaction* pada Madani Hotel Medan.
- H2 : *Green Hotel* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Green Satisfaction* pada Madani Hotel Medan.
- H3 : *Green Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Green Loyalty* pada Madani Hotel Medan.
- H4 : Kualitas Layanan Hotel berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Green Loyalty* pada Madani Hotel Medan.
- H5 : *Green Hotel* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Green Loyalty* pada Madani Hotel Medan.

- H6 : Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Green Loyalty* melalui *Green Satisfaction* pada Madani Hotel Medan.
- H7 : *Green Hotel* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Green Loyalty* melalui *Green Satisfaction* pada Madani Hotel Medan.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian, Lokasi, dan Waktu Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini kuantitatif didasarkan pada asumsi filosofis positivis dan perspektif objektivis atau metodologi deduktif hipotetis yang membantu membangun atau mengembangkan hipotesis, pilihan variabel dan ukuran, dan merancang strategi penelitian untuk menguji teori yang dirumuskan.

3.1.2 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Madani Hotel - Medan yang beralamat Jalan Sisingamangaraja (Jalan Amaliun No. 1), Medan, Sumatera Utara 20125, Indonesia. Waktu penelitian yang direncanakan dan akan dilaksanakan adalah dari bulan November 2023 sampai Oktober 2024.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Sugiyono (2019:126) menjelaskan bahwa populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah Pengunjung

di Madani Hotel Medan selama kegiatan penelitian (Tahun 2023) lebih kurang sebanyak 897 orang yang di ambil dari data pemesanan secara online dan pengunjung langsung datang ke Madani Hotel Medan. Populasi dalam penelitian ini adalah 897 bresponden Pengunjung di Madani Hotel Medan.

3.2.2 Sampel

Pemilihan sampel penelitian di Madani Hotel Medan dilakukan dengan menggunakan *convenience sampling*. Convenience sampling menurut (Sugiyono, 2017) menyatakan bahwa, “convenience sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.”

Teknik pengambilan sampel atau sumber data informasi dari anggota-anggota populasi yang mudah diperoleh dan mampu menyediakan informasi yang dibutuhkan, maka siapa saja yang dapat memberikan informasi baik bertemu secara langsung maupun tak langsung, dapat digunakan sebagai sampel, bila dilihat orang yang memberikan informasi tersebut cocok sebagai sumber data.

Kriteria responden yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pria atau wanita dalam rentang usia dari 21 - 68 tahun baik pelajar maupun pekerja. Dalam rentang usia tersebut, diharapkan responden dapat mengevaluasi secara objektif pernyataan dalam kuesioner terkait variable penelitian.
2. Kriteria minimal sudah pernah menginap 2 kali di Madani Hote Medan.

Adapun untuk menentukan sampel yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini ditentukan menggunakan rumus Slovin, yaitu :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Total Populasi

e = Nilai kritis atau batas toleransi kesalahan

Dalam rumus slovin terdapat dua ketentuan untuk menentukan toleransi kesalahan, yaitu :

1. Nilai e = 10% (0,1) apabila populasi dalam jumlah yang besar
2. Nilai e = 20% (0,2) apabila populasi dalam jumlah yang kecil

Sampel penelitian maka digunakan rumus Slovin dengan perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{897}{1+897(0,1)^2} = 89,96$$

Hasil perhitungan rumus Slovin adalah sebesar 89,96 yang berarti butuh 89,96 sampel yang digunakan untuk penelitian ini. Namun, Untuk memudahkan penelitian maka jumlah sampel sebesar 89,96 dibulatkan menjadi 100. Dengan begitu untuk penelitian ini dibutuhkan sebanyak 100 responden.

3.3 Definisi Operasional

Menurut Setiadi (2013), definisi operasional merupakan penjelasan semua variabel dan istilah yang akan digunakan dalam penelitian secara operasional sehingga akhirnya mempermudah pembaca dalam mengartikan makna penelitian.

Definisi operasional dari variabel sangat diperlukan, terutama untuk menentukan alat atau instrumen yang akan digunakan dalam pengumpulan data.

Defenisi konsep dan defenisi operasional penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.1 berikut :

Tabel 3.1
Defenisi Operasional

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala Ukur
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan adalah pelayanan yang sesuai atau melampaui apa yang diharapkan oleh pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. (Rosanty, 2021)	1. Berwujud (<i>tangibles</i>) 2. Keandalan (<i>reliability</i>) 3. Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>) 4. Jaminan (<i>assurance</i>) 5. Empati (<i>emphaty</i>) (Widyaningrum, 2020)	Likert
<i>Green Hotel</i> (X2)	Green hotel adalah hotel yang menerapkan kepedulian terhadap lingkungan dan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan. (Sari et al., 2020)	1. <i>Recycled Material</i> 2. <i>Recyclables</i> 3. <i>Low-polluting</i> 4. <i>Energy-saving</i> (Abdullah & Pebriyanti, 2016),	Likert
<i>Green Loyalty</i> (Y)	<i>Green loyalty</i> merupakan sikap pelanggan untuk terus	1. Jang (2021) merekomend	Likert

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala Ukur
	membeli kembali produk yang berlabel ramah lingkungan. (Fitriani et al., 2021)	asikan produk 2. Pembelian Ulang 3. <i>Willingness to pay more</i>	
<i>Green Satisfaction</i> (Z)	<i>Green satisfaction</i> didefinisikan sebagai level kesukaan dari terpenuhinya konsumen yang memuaskan dengan memikirkan pertimbangan lingkungan pelanggan, sesuai dengan keinginan dan kebutuhan hijau hal tersebut (Ma'rifatun & Riptiono, 2020).	1. Kepuasan memilih 2. Kepuasan membeli 3. Kepuasan terhadap nilai-nilai pelestarian lingkungan 4. Kepuasan berkontribusi (Firmansyah et al., n.d. 2020)	Likert

3.4 Jenis Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Data primer diperoleh langsung dari objek penelitian, wawancara dan daftar pertanyaan yang disebarakan kepada responden, diolah dalam bentuk data.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh untuk melengkapi data primer yang meliputi sumber-sumber bacaan serta data mengenai sejarah dan perkembangan Desa, struktur organisasi, dan uraian tugas mengembangkan Desa yang diperoleh sehubungan dengan masalah yang diteliti.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan beberapa teknik antara lain :

1. Studi Literatur

Metode studi literatur adalah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengelolah bahan penelitian.

2. Pengamatan (*observation*)

Pengamatan (*observation*) yaitu dengan mengadakan pengamatan langsung pada objek penelitian.

3. Wawancara

Wawancara melibatkan komunikasi dua arah antara kedua kubu dan adanya tujuan yang akan dicapai melalui komunikasi tersebut. Berdasarkan definisi tersebut dalam konteks penelitian kualitatif, wawancara yang dilakukan harus bersifat dua arah.

3.6 Teknik Analisis Data

Metode teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif SEM (*structural equation modeling*) dengan aplikasi Lisrel.

1. Analisis Deskriptif Kualitatif

Metode penelitian deskriptif kualitatif merupakan jenis, desain, atau rancangan penelitian yang biasa digunakan untuk meneliti objek penelitian yang

alamiah atau dalam kondisi riil dan tidak disetting seperti pada eksperimen. Deskriptif sendiri berarti hasil penelitian akan dideskripsikan segamblang-gamblangnya berdasarkan penelitian yang telah dilakukan tanpa menarik suatu kesimpulan berdasarkan hasil penelitiannya.

2. Analisis deskriptif kuantitatif SEM (*structural equation modeling*)

Structural Equation Modeling (SEM) adalah sekumpulan teknik statistika yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan yang relatif rumit yang tidak dapat diselesaikan oleh persamaan regresi linear. SEM dapat juga dianggap sebagai gabungan dari analisis regresi dan analisis faktor. Disisi lain disebut juga Path Analysis atau Confirmatory factor Analysis, karena keduanya merupakan jenis-jenis khusus dari SEM. Hubungan tersebut dapat dibangun antara satu atau beberapa variabel dependen dengan satu atau beberapa variabel independen.

Di dalam SEM terdapat 3 (tiga) kegiatan secara bersamaan, yaitu pemeriksaan validitas dan reliabilitas instrumen (*confirmatory factor analysis*), pengujian model hubungan antara variabel (*path analysis*), dan mendapatkan model yang cocok untuk prediksi (*model struktural dan analisis regresi*). Sebuah pemodelan lengkap pada dasarnya terdiri dari model pengukuran (*measurement model*) dan *structural model* atau *causal model*. Model pengukuran dilakukan untuk menghasilkan penilaian mengenai validitas dan validitas diskriminan, sedangkan model struktural, yaitu pemodelan yang menggambarkan hubungan-hubungan yang dihipotesakan. Untuk melakukan olah data SEM dengan lebih mudah dapat menggunakan bantuan software statistik. Saat ini sudah tersedia berbagai macam software untuk olah data SEM diantaranya adalah Lisrel.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Simpulan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan ramah lingkungan (green satisfaction) Madani Hotel Medan. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan di Madani Hotel Medan maka kepuasan pelanggan akan hotel semakin tinggi.
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas hijau (green loyalty) pada Madani Hotel Medan. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan Madani Hotel Medan di mata pelanggan akan semakin mempengaruhi loyalitas pelanggan untuk kembali datang menginap di Madani Hotel Medan.
3. Pengaruh green hotel negatif dan signifikan terhadap kepuasan ramah lingkungan (green satisfaction). Hasil penelitian menunjukkan bahwa green hotel pada Madani Hotel Medan tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan dapat di hasilkan dari faktor-faktor luar.
4. Pengaruh green hotel berpengaruh positif dan signifikan terhadap green loyalty. Berdasarkan hasil penelitian ini ditemukan bahwa green hotel berpengaruh terhadap green loyalty. Semakin nyaman pelanggan terhadap suatu tempat, semakin tinggi juga loyalitas pelanggan untuk kembali ke Madani Hotel Medan.

5. Kepuasan ramah lingkungan (Green satisfaction) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas hijau (green loyalty). Adanya kepuasan tersebut maka tamu akan membeli ulang produk tersebut secara konsisten sepanjang waktu, sehingga terciptalah loyalitas konsumen terhadap produk atau merek tersebut.

6.2 Saran

Saran dari penelitian ini adalah :

1. Kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan baik secara langsung maupun melalui kepuasan pelanggan pada Madani Hotel Medan. Oleh karena itu Madani Hotel Medan hendaknya tetap menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikannya agar dapat memberikan kepuasan yang lebih kepada pelanggan, diharapkan konsumen yang belum menjadi pelanggan tetap dapat kembali menginap pada Madani Hotel Medan.
2. Madani Hotel Medan hendaknya memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya terutama dari segi peningkatan sarana dan prasarana, rasa empati dan melayani serta tetap menjaga nama baik dan citra Madani Hotel Medan di mata masyarakat.
3. Untuk pembeli berikut saran yang bisa diberikan dari hasil penelitian ini :
 - a. Penting bagi pembeli untuk memperhatikan kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh pengelola hotel. Pastikan bahwa fasilitas dan layanan yang disediakan sesuai dengan ekspektasi dan kebutuhan Anda.

- b. Pembeli sebaiknya melakukan evaluasi terhadap hotel ini, seperti reputasi, kualitas bangunan, dan pengalaman penghuni sebelumnya.
 - c. Pastikan Anda memperoleh informasi yang memadai tentang tingkat kepuasan pelanggan yang saat ini menginap di hotel tersebut. Ini dapat membantu Anda memahami pengalaman hidup di hotel tersebut dan memutuskan apakah itu sesuai dengan preferensi Anda.
 - d. Meskipun kualitas pelayanan dan konsep hotel itu penting, sumber daya lainnya seperti lokasi, harga, fasilitas, dan kebijakan hotel juga dapat berpengaruh pada loyalitas pelanggan.
4. Untuk peneliti selanjutnya. Penelitian ini terbatas pada ruang lingkup pengaruh kualitas pelayanan, green hotel, green satisfaction. Peneliti tidak melakukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor maupun variabel lain yang dapat meningkatkan green loyalty. Sehingga diharapkan penelitian selanjutnya dapat mengkaji faktor maupun variabel-variabel lain yang dapat meningkatkan green loyalty khususnya pada Madani Hotel Medan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Pebriyanti, K. (2016). Pengaruh Program Green Hotel Terhadap Keputusan Menginap Tamu Di the Royale Krakatau Hotel Cilegon Banten. *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 6(1), 1023. <https://doi.org/10.17509/thej.v6i1.2013>
- Aminuddin, I., Krishnadianty, D., Syukur, A. G., & Dian, I. A. (2016). Panduan Pengembangan Akomodasi Wisata Ramah Lingkungan. Skripsi: Politeknik Negeri Bandung.
- Anabila, P., Ameyibor, L. E. K., Allan, M. M., & Alomenu, C. (2022a). Service Quality and Customer Loyalty in Ghana's Hotel Industry: The Mediation Effects of Satisfaction and Delight. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 23 (3), 748–770. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2021.1913691>
- Astuti, N. L. G. S. D., & Sukaatmadja, I. P. G. (2018). Peran Green Trust Dan Green Satisfaction Memediasi Hubungan Green Image Dengan Green Loyalty. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 7(2018), 809-836.
- Azila, N., Noor, M., Shaari, H., & Kumar, D. (2014). Exploring Tourists Intention To Stay At Green Hotel: the Influences of Environmental Attitudes and Hotel Attributes. *The Macrotheme Review*, 3(7), 33.
- Berezan, O., Raab, C., Yoo, M., & Love, C. (2013). Sustainable hotel practices and nationality: The impact on guest satisfaction and guest intention to return. *International Journal of Hospitality Management*, 34(1), 227–233. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.03.010>
- Brian, R., Mulia, U. B., & Pusat, J. (2019). *Pengaruh green hotel practice terhadap kepuasan*. 12(1), 37–44.
- Chen, Y. S., Lin, C. Y., & Weng, C. S. (2015). The influence of environmental friendliness on green trust: The mediation effects of green satisfaction and green perceived quality. *Sustainability (Switzerland)*, 7(8), 10135–10152. <https://doi.org/10.3390/su70810135>
- Dabija, D. C., Bejan, B. M., & Tipi, N. (2018). Generation X versus millennials communication behaviour on social media when purchasing food versus tourist services. *E a M: Economie a Management*, 21(1), 191–205. <https://doi.org/10.15240/tul/001/2018-1-013>
- Devi Widyaningrum, I. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Luminor Mangga Besar Jakarta Barat. *Jurnal STEI Ekonomi*, 16(Xx), 1–5.
- Ferianto, A. R. D., Darsiharjo, & Rahmafitria, F. (2014). Pengaruh Konsep Green Hotel Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan ke Kota Bandung. *Antologi Manajemen Resort & Leisure*, 2(2), 1–9.
- Firmansah, L. N., Welsa, H., & Ningrum, N. K. (2021). Pengaruh green brand image, green satisfaction, dan green trust terhadap green loyalty. *Akuntabel*, 18(4), 834–839. <https://doi.org/10.30872/jakt.v18i4.10279>
- Fitriani, L. et al. (2021) "Antecedents Green Loyalty: A Study On Aqua Consumers," in Proceedings of the 1st Universitas Kuningan International

- Conference on Social Science, Environment and Technology, UNiSET 2020, 12 December 2020, Kuningan, West Java, Indonesia. EAI. doi:10.4108/eai.12-12-2020.2305127.
- Gelderman, C. J., Schijns, J., Lambrechts, W., & Vijgen, S. (2021). Green marketing as an environmental practice: The impact on green satisfaction and green loyalty in a business-to business context. *Business Strategy and the Environment*, 30(4), 2061–2076. <https://doi.org/10.1002/bse.2732>
- Hayu, R. 2014. The Influence of Satisfaction, Trust And Price of Consumer Loyalty On Green Product. *Management Insight*, Vol 9, No 1. pp. 30-44.
- Issock Issock, P. B., Mpinganjira, M., & Roberts-Lombard, M. (2020). Modelling green customer loyalty and positive word of mouth: Can environmental knowledge make the difference in an emerging market? *International Journal of Emerging Markets*, 15(3), 405–426. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-09-2018-0489>
- Jamshidi, D., & Roustia, A. (2021). Brand Commitment Role in the Relationship between Brand Loyalty and Brand Satisfaction: Phone Industry in Malaysia. *Journal of Promotion Management*, 27 (1), 151–176. <https://doi.org/10.1080/10496491.2020.1809596>
- Lee, J. J. Y., Capella, M. L., Taylor, C. R., Luo, M. M., & Gabler, C. B. (2014). The financial impact of loyalty programs in the hotel industry: A social exchange theory perspective. *Journal of Business Research*, 67(10), 2139–2146. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.04.023>
- Lestari, S. F., Dalem, A. A. G. R., & Sundra, I. K. (2020). Konservasi air sebagai program Green Hotel pada Hotel Melati di Kawasan Pariwisata Sanur; Bali. *Metamorfosa: Journal of Biological Sciences*, 7(1), 103. <https://doi.org/10.24843/metamorfosa.2020.v07.i01.p14>
- Liat, C. B., Mansori, S., & Huei, C. T. (2014). The Associations Between Service Quality, Corporate Image, Customer Satisfaction, and Loyalty: Evidence From the Malaysian Hotel Industry. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 23(3), 314–326. <https://doi.org/10.1080/19368623.2013.796867>
- Luis, J. B., Agus, K., & Pramudana, S. (2017). *PENGARUH GREEN PERCEIVED QUALITY , GREEN SATISFACTION DAN GREEN PERCEIVED RISK TERHADAP GREEN TRUST* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia Masalah-masalah lingkungan sering terdengar di masyarakat misalnya pemanasan glo. 6(3), 1425–1451.
- Ma'rifatun, A., & Riptiono, S. (2020). Pengaruh Environmental Consciousness dan Green Perceived Value Terhadap Green Repurchase Intention dengan Green Satisfaction sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(4), 578–594. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i4.513>
- Muflih, Muhammad., Iswanto, Bambang., & Purbayati, Radia. 2023. Green Loyalty Nasabah Perbankan Syariah: Efek Gabungan dari Green Practices, Green Trust, Green Perceived Value, dan GreenSatisfaction. *Jurnal Internasional Etika dan Sistem*.

- Muji, 2008. Pengaruh Relationship Marketing terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Kartu Kredit Visa BNI'46 Surabaya. *Journal of Management*, Vol 15, No. 6. pp. 1-25. Pada, E., Kreatif, P., & Jawa, D. I. (n.d.). *No Title. 1(1)*, 1–14.
- Nirmala dan Sukma. 2015. Trust dan Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi Pengaruh Service Quality dan Product Quality pada Loyalitas Konsumen. *Journal of Business Management*, Vol. 5, No. 1. pp 1-11.
- Pahlevi, M. R., & Suhartanto, D. (2020). The integrated model of green loyalty: Evidence from eco-friendly plastic products. *Journal of Cleaner Production*, 257. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120844>
- Pawar, Deepthy S., & Munuswamy, Jothi. 2022. Kaitan antara praktik perbankan ramah lingkungan dan loyalitas ramah lingkungan: Perspektif pelanggan. *Bank dan Sistem Bank*, 17(3), hal. 201–212.
- Putra, Ketut Donny Surya & Rastini, Ni Made. 2017. PENGARUH GREEN PERCEIVED VALUE DAN GREEN PERCEIVED QUALITY TERHADAP GREEN SATISFACTION DAN GREEN TRUST. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6, No. 5, 2017: 2789-2816 ISSN : 2302-89122789
- Pianroj. 2012. Perceived Customer Loyalty Toward Green Hotels: A Study of International Tourists in the South of Thailand. *Journal of Management*, Vol.10, No.2. pp 40-50.
- Pratama, I Putu Dipa Wahyu & Suryani, Alit. (2017). PERAN GREEN SATISFACTION MEMEDIASI HUBUNGAN GREEN BRAND IMAGE TERHADAP GREEN BRAND EQUITY. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6, No. 8, 2017: 4332-4360. ISSN : 2302-8912.
- Pratiwi, Faradilla Yulvia (2021) Pengaruh Green Preceived Value terhadap Green Loyalty dengan Green Satisfaction Dan Green Trust sebagai Pemediasi (Studi Kasus Konsumen Produk Tissue Tessa). Ringkasan Skripsi thesis, STIE YKPN
- Ramadhan, 2010. Analisis Antesenden Green Brand Equity Hubungannya dengan Customer Loyalty. *Journal of Management*, Vol 35, No. 3. pp. 1-20.
- Rosanty, D. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Lotus Garden. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 1–13.
- Sari, I. G. M. K. K., Yulianthi, A. D., & Sadguna, I. G. A. J. (2020). FaktorFaktor Yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan untuk Menginap di Green Hotel di Kabupaten Badung Bali. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 16(2), 188.
- Setiawati, C. I., & Sitorus, P. (2014). Keberhasilan hotel berwawasan ramah lingkungan di Asia-Pasifik: faktor pendorong apakah yang dominan? *Jurnal Siasat Bisnis*, 18(1), 45–62. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol18.iss1.art5>
- SINRANG, A. (2017). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Hotel Grand Clarion Makassar. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makasar*. https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/964-Full_Text.pdf
- Sp, Nipin, Dong Young Kang, Eun Seong Jo, Jin-Moo Lee, Se Won Bae, and Kyoung-Jin Jang. 2021. “Pivotal Role of Iron Homeostasis in the Induction of

- Mitochondrial Apoptosis by 6-Gingerol Through PTEN Regulated PD-L1 Expression in Embryonic Cancer Cells.” *Frontiers in Oncology* 11 (November): 1–12. <https://doi.org/10.3389/fonc.2021.781720>.
- Sugianto, E., Kurniawan, C. J., & Kristanti, M. (2017). Pengaruh Program Green Hotel Terhadap Minat Beli Konsumen Di Hotel Di Indonesia. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 5, 390–400.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sugiyono (ed.); Alfabeta.). 2017.
- Sukaatmadja, I. P. G. (2018). *HUBUNGAN GREEN IMAGE DENGAN GREEN LOYALTY Ni Luh Gde Sari Dewi Astuti 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana Bali , Indonesia Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana Bali , Indonesia ABSTRAK Kondisi lingkungan sekitar harus dijaga serta*. 3, 809–836.
- Trang, H. L. T., Lee, J. S., & Han, H. (2019). How do green attributes elicit pro-environmental behaviors in guests? The case of green hotels in Vietnam. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 36(1), 14–28. <https://doi.org/10.1080/10548408.2018.1486782>
- Wattoo, M. U., & Iqbal, S. M. J. (2022). Unhiding Nexus Between Service Quality, Customer Satisfaction, Complaints, and Loyalty in Online Shopping Environment in Pakistan. *SAGE Open*, 12 (2). <https://doi.org/10.1177/21582440221097920>
- Wilson, J. (2022). Strategi Pengembangan Minat Kunjungan Wisatawan Lokal Dan International Pada Homestay Di Kabupaten Tanah Karo. *Jurnal Ilmiah Akomodasi Agung*, 9(1), 48–67.
- Yuniati, N. (2020). Determinants of Purchasing and Loyalty of European Guests Choosing Green Hotel. *E-Journal of Tourism*, 7(2), 276. <https://doi.org/10.24922/eot.v7i2.60995>
- Yuniati, N., Priyanto, S. H., Suharti, L., & Kusuma, L. (2020). Loyalty of Green Tourist : Mediating Role of Satisfaction. *E-Journal of Tourism*, 7(1), 129. <https://doi.org/10.24922/eot.v7i1.54951>
- Yusof, Y., Jusoff, K., Ibrahim, Y., & Awang, Z. (2017). The influence of green practices by non-green hotels on customer satisfaction and loyalty in hotel and tourism industry. *International Journal of Green Economics*, 11(1), 1. <https://doi.org/10.1504/ijge.2017.10003675>

Lampiran 1**KUESIONER PENELITIAN**

Kepada yth Bapak/Ibu

Kami mohon kesediaan Bapak/ibu untuk mengisi angket penelitian mengenai isu *Green Loyalty (loyalitas terhadap produk ramah lingkungan)* yang berdasarkan pengalaman/persepsi Bapak/Ibu selama berkunjung di Hotel Madani. Angket ini bertujuan untuk kepentingan akademis dan bukan untuk kepentingan komersial.

Atas kesediaan berpartisipasi, kami mengucapkan terimakasih.

Psikografis responden

Nama :

Jenis kelamin :

- Laki laki
 Perempuan

Usia :

- 17 - 22 tahun
 23 – 28 tahun
 29 – 34 tahun
 35 – 40 tahun
 > 40 tahun

Pendidikan :

- SMU/ sederajat
 Sarjana
 S2/Magister
 S3/Doktor

Petunjuk pengisian

Beri tanda checklist (✓) pada pilihan jawaban yang sesuai dengan persepsi bapak/ibu

SS = sangat setuju

S = setuju

R = ragu ragu

TS = sangat tidak setuju

STS = sangat tidak setuju

1. Kualitas Pelayanan

Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
<i>Tangible</i>					
1. Hotel Madani menyediakan fasilitas yang memenuhi harapan para pelanggan					
<i>Keandalan</i>					
2. Staff hotel memberikan informasi secara akurat sesuai dengan yang dijanjikan					
<i>Responsiveness</i>					
3. Staff hotel tanggap dalam menangani keluhan pelanggan					
<i>Assurance</i>					
4. Staff hotel memiliki kemampuan yang sangat baik dalam menjamin keamanan dan kenyamanan kepada para pelanggan					
<i>Emphaty</i>					
5. Keramahan dan kesopanan selalu ditunjukkan staff hotel kepada pelanggan					

2. Green Hotel Practice

Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
<i>Penggunaan produk ramah lingkungan</i>					
1. Hotel Madani menggunakan produk ramah lingkungan seperti sabun dari bahan organik, alat makan yang dapat dipakai kembali dsb.					
<i>Food Management</i>					
2. Hotel Madani menyediakan makanan dan minuman yang mengandalkan sumber daya pertanian organik					
<i>Konservasi air</i>					
3. Hotel madani hanya menyediakan shower dalam kamar mandi agar pelanggan dapat menggunakan air sesuai kebutuhan.					
<i>Kualitas udara</i>					
4. Lingkungan dalam hotel bebas asap dan bau tak sedap.					

3. Green Satisfaction

Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
<i>Kepuasan memilih</i>					
1. Anda merasa memilih Hotel Madani sebagai tempat menginap adalah keputusan yang tepat					
<i>Kepuasan membeli</i>					
2. Anda merasa puas menggunakan produk ramah lingkungan yang ada di dalam hotel					
<i>Kepuasan terhadap nilai nilai pelestarian lingkungan</i>					
3. Anda yakin melakukan hal yang benar dengan memilih produk barang dan jasa organik/ramah lingkungan					
<i>Kepuasan berkontribusi</i>					
4. Anda merasa puas menjadi bagian dari konsumen produk ramah lingkungan					

4. Green Loyalty

Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
<i>Visiting green hotel</i>					
1. Saya berencana akan memilih Hotel Madani pada kunjungan selanjutnya.					
<i>Postive word of mouth</i>					
2. Saya bersedia merekomendasikan hotel Madani kepada keluarga dan teman teman saya					
<i>Willingness to pay more</i>					
3. Saya dapat menerima harga produk ramah lingkungan yang lebih mahal meskipun harga produk-produk pada umumnya (produk yang tidak ramah lingkungan) lebih murah					

Lampiran 2

Jawaban Responden Akan Kuesioner

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Z1.1	Z1.2	Z1.3
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5
5	5	4	5	4	2	3	3	3	4	5	5	4	4	4	3
3	4	4	5	3	3	3	3	4	2	5	4	4	3	4	4
4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5
3	4	5	5	5	3	3	4	5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5
4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5
3	3	3	4	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	4	5	5	2	2	2	2	3	2	4
4	2	3	3	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5
5	4	5	4	4	4	5	5	5	2	3	4	2	3	3	3
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4
5	3	3	3	4	5	5	5	5	2	4	4	4	5	5	5
5	4	5	5	5	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	4
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
3	2	3	3	4	5	5	5	5	3	4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	5	5	5	4	4	4	4	1	2	2	2	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	4	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	5	5	5	5	5
4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
3	2	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
5	4	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	4	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5

4	4	5	5	5	4	5	5	5	2	3	4	4	5	4	4
5	5	5	4	5	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	3	2	3	2	1	1	2	2	3	3	3
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4
5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4
5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Lampiran 3

Jawaban Responden atas Kualitas Pelayanan

No	P	Jumlah Frekuensi dan Persentasi Jawaban Responden												Rata-Rata
		STS		TS		R		S		SS		Total		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1.	Hotel Madani menyediakan fasilitas yang memenuhi harapan para pelanggan	0	0	2	2	6	6	25	25	67	67	100	100	4,57
2.	Staff hotel memberikan informasi secara akurat sesuai dengan yang dijanjikan	0	0	5	5	2	2	41	41	52	52	100	100	4,4
3	Staff hotel tanggap dalam menangani keluhan pelanggan	0	0	3	3	5	5	21	21	71	71	100	100	4,6
4	Staff hotel memiliki kemampuan yang sangat baik dalam menjamin keamanan dan kenyamanan kepada para pelanggan	0	0	2	2	6	6	23	23	69	69	100	100	4,59
5	Keramahan dan kesopanan selalu ditunjukkan staff hotel kepada pelanggan	0	0	3	3	4	4	28	28	65	65	100	100	4,55
Total		0		15		22		138		324				
Rata-rata			0		3		4,4		27,6		64,8		100	4,54

Jawaban Responden atas Green Hotel

No	P	Jumlah Frekuensi dan Persentasi Jawaban Responden												Rata-Rata
		STS		TS		R		S		SS		Total		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1.	Hotel Madani menggunakan produk ramah lingkungan seperti sabun dari bahan organik, alat makan yang dapat dipakai kembali dsb.	0	0	2	2	5	5	29	29	64	64	100	100	4,55
2.	Hotel Madani menyediakan makanan dan minuman yang mengandalkan sumber daya pertanian organik	0	0	2	2	5	5	23	23	70	70	100	100	4,61
3	Hotel madani hanya menyediakan shower dalam kamar mandi agar pelanggan dapat menggunakan air sesuai kebutuhan.	0	0	2	2	4	4	25	25	69	69	100	100	4,61
4	Lingkungan dalam hotel bebas asap dan bau tak sedap.	0	0	3	3	2	2	22	22	73	73	100	100	4,65
Total		0		9		16		99		276				
Rata-rata			0		2,25		4		24,75		69		100	4,60

Jawaban Responden atas *Green satisfaction*

No	P	Jumlah Frekuensi dan Persentasi Jawaban Responden												Rata-Rata
		STS		TS		R		S		SS		Total		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1.	Anda merasa memilih Hotel Madani sebagai tempat menginap adalah keputusan yang tepat	2	2	10	10	14	14	20	20	54	54	100	100	4,14
2.	Anda merasa puas menggunakan produk ramah lingkungan yang ada di dalam hotel	1	1	5	5	9	9	30	30	55	55	100	100	4,33
3	Anda yakin melakukan hal yang benar dengan memilih produk barang dan jasa organik/ramah lingkungan	0	0	5	5	1	1	36	36	58	58	100	100	4,47
4	Anda merasa puas menjadi bagian dari konsumen produk ramah lingkungan	0	0	6	6	1	1	33	33	60	60	100	100	4,47
Total		3		26		25		119		227				
Rata-rata			0,75		6,5		6,25		29,75		56,75		100	4,35

Jawaban Responden atas *Green loyalty*

No	P	Jumlah Frekuensi dan Persentasi Jawaban Responden												Rata-Rata
		STS		TS		R		S		SS		Total		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1.	Saya berencana akan memilih Hotel Madani pada kunjungan selanjutnya.	0	0	2	2	5	5	41	41	52	52	100	100	4,14
2.	Saya bersedia merekomendasikan hotel Madani kepada keluarga dan teman teman saya	0	0	2	2	4	4	42	42	52	52	100	100	4,33
3	Saya dapat menerima harga produk ramah lingkungan yang lebih mahal meskipun harga produk-produk pada umumnya (produk yang tidak ramah lingkungan) lebih murah	0	0	1	1	4	4	36	36	59	59	100	100	4,47
Total		0		5		13		119		163				
Rata-rata			0		1,66		4,33		39,66		54,33		100	4,46

Standard Loading Factor (SLF)

Variabel Laten	Variabel	t-value	Simpulan
Kualitas Layanan	KL11	2.66	Baik
	KL12	3.24	Baik
Green Hotel	GH21	2.14	Baik
	GH23	1.97	Baik
Green Satisfaction	GS11	6.41	Baik
	GS12	9.18	Baik
	GS13	8.75	Baik
Green Loyalty	GL21	5.28	Baik
	GL23	5.99	Baik

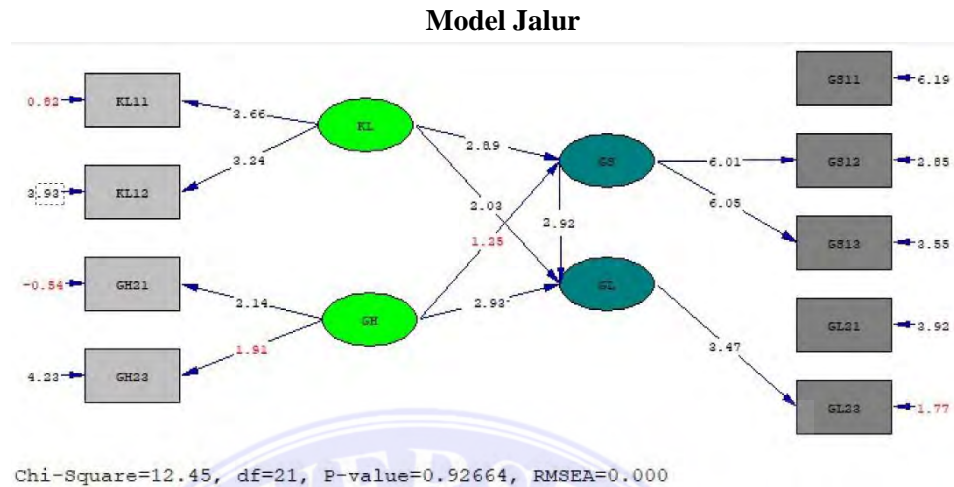
Reliabilitas

Variable	CR	VE	Evaluation
Kualitas Layanan	0.73	0.53	Good
Green Hotel	0.74	0.58	Good
Green Satisfaction	0.70	0.53	Good
Green Loyalty	0.90	0.58	Good

Goodness of Fit Index (GOFI)

Indeks	kriteria	Hasil	Evaluasi
RMSEA	$RMSEA \leq 0.08$	0.00	Baik
NFI	$NFI \geq 0.90$	0.95	Baik
NNFI	$NNFI \geq 0.90$	1.00	Baik
CFI	$CFI \geq 0.90$	1.00	Baik
IFI	$IFI \geq 0.90$	1.00	Baik
RFI	$RFI \geq 0.90$	0.91	Baik
GFI	$GFI \geq 0.90$	0.97	Baik

Lampiran 4



The result of regression quality between latent variable

No.	Hipotesis	t-Value	Simpulan
Hypothesis 1	Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan ramah lingkungan (green satisfaction)		Significant
Hypothesis 2	Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas hijau (green loyalty)		Significant
Hypothesis 3	Green hotel berpengaruh signifikan terhadap kepuasan ramah lingkungan (green satisfaction)		Not significant
Hypothesis 4	Green hotel berpengaruh signifikan terhadap loyalitas hijau (green loyalty)		Significant
Hypothesis 5	Kepuasan ramah lingkungan (Green satisfaction) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas hijau (green loyalty)		Significant