

Penerapan Green Practice Terhadap Green Consumer Behavior Pada Ancak Restaurant Di Mercure Bali Legian

I Nyoman Diaz Masa Pranata ^{1*}, I Gusti Putu Sutarma ², I Gusti Made Wendri ³

¹ D4 Manajemen Bisnis pariwisata, Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

² D4 Manajemen Bisnis pariwisata, Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

³ D4 Manajemen Bisnis pariwisata, Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

*Corresponding Author: nyomandiaz15@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh penerapan *green practice* terhadap *green consumer behavior* pada Ancak Restaurant di Hotel Mercure Bali Legian. Metode pengumpulan data yang digunakan yakni observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan wawancara yang tidak terstruktur dan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 55 sampel dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Hasil penelitian membuktikan bahwa ketiga variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap *green consumer behavior* di Hotel Mercure Bali Legian. Variabel *green action* memiliki pengaruh positif dan signifikan. Variabel *green food* dan *green donation* memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *green consumer behavior*. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh koefisien regresi X1 sebesar 0,465, X2 sebesar 0,132, dan X3 sebesar 0,041. Jadi variabel *green action* berpengaruh paling dominan terhadap *green consumer behavior*.

Kata Kunci: *Green Consumer Behavior, Green Action, Green Food, Green Donation*

Informasi Artikel: Pengajuan Repository pada September 2022/ Submission to Repository on September 202

Pendahuluan

Hotel merupakan salah satu pendukung dari kegiatan usaha kepariwisataan, dikarenakan hotel memberikan pelayanan penginapan berupa kamar lengkap dengan fasilitas makan dan minuman serta juga dengan fasilitas umum lainnya. Di samping itu, hotel mempunyai peran yang sangat penting terhadap perkembangan pariwisata di era globalisasi ini. Perkembangan bisnis perhotelan yang makin pesat saat ini juga diiringi dengan meningkatnya permasalahan lingkungan yang makin kompleks. Chen & Chen (2012) menyatakan 75% dari pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh industri hotel adalah energi, air limbah, dan asap yang dikutip dari (Sugianto *et al.*, 2017). Setiawati & Sitorus (2014) menyatakan kerusakan lingkungan sebagian besar disebabkan oleh aktivitas manusia, salah satunya adalah aktivitas ekonomi. Menyadari isu lingkungan yang semakin penting tersebut, industri hotel kini mulai menganggap isu lingkungan sebagai bagian dari proses pengambilan keputusan, termasuk untuk bidang operasional. Oleh karena itu, munculnya upaya mengurangi kerusakan lingkungan salah satunya dengan menerapkan *green practice* (Irawan & Vianney, 2017). Teng *et al.*, (2015) menyatakan bahwa *green practices* merupakan program yang mendorong pelaku bisnis perhotelan untuk menghemat air, energi dan mengurangi limbah padat, serta mengurangi biaya operasional dan dapat melindungi bumi yang dikutip dari (Jeklin, 2016). Schubert menyebutkan dalam studinya bahwa *Green Practices* ialah upaya melestarikan dan menjaga lingkungan, serta berhubungan kuat dengan tiga dimensi yang disebutkan oleh GRA yaitu: *green action*, *green food* dan *green donation*. *Green action* berarti kegiatan restoran yang bertujuan untuk melindungi baik lingkungan maupun komunitas di sekitarnya. Sedangkan *green food* berarti penggunaan bahan-bahan yang berkelanjutan baik itu bahan lokal maupun bahan organik, dan *green donation* merupakan partisipasi sebuah restoran dalam proyek- proyek komunitas serta menyumbang dana untuk isu lingkungan yang disebabkan oleh restoran, dikutip dari (Leonardo *et al.*, 2014). Dengan adanya metode inovatif ini mengubah kebanyakan organisasi 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 lingkungan di sekitarnya (Sugianto *et al.*, 2017)

Hotel Mercure Bali Legian merupakan salah satu akomodasi bintang 4 yang berada di daerah Legian, tepatnya di Jl Legian No 328 Legian Kelod, Kuta. Hotel Mercure Legian Bali memiliki desain unik dengan jumlah kamar sebanyak 321 yang dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas seperti *restaurant, pool, gym center, spa, kids club*, dan *meeting room*. Hotel Mercure Bali Legian memiliki restaurant yang bernama Ancak Restaurant. Adapun upaya yang sudah dilakukan Ancak Restaurant dalam penerapan *green practice* yaitu mengolah limbah air, menghemat

pemakaian kertas, lampu LED yang hemat energi, meminimalisir penggunaan plastik, penggunaan *scan barcode* dan sebagainya. Akan tetapi, upaya yang dilakukan oleh Ancak Restaurant mengenai green practice belum sepenuhnya terpenuhi. Hal ini disebabkan dalam oprasionalnya Ancak Restaurant belum memfasilitasi area bebas asap rokok, sehingga menyebabkan adanya complaint dari tamu pengunjung lainnya. Kondisi ini perlu mendapat penanganan sebagai prioritas, wujud respon, agar tamu merasa senang dan nyaman saat berkunjung. Usaha menegur tamu yang merokok sembarangan atau membuatkan tempat khusus untuk area merokok perlu dilakukan, hal ini dilakukan sebagai upaya mewujudkan kualitas pelayanan yang berkualitas. Usaha menerapkan program *green practice* ini berdampak bagi keberlanjutan oprasional *restaurant* dan juga dapat mempengaruhi minat beli dari konsumen yang sadar akan kelestarian lingkungan.

Tingginya tingkat kekhawatiran terhadap kerusakan lingkungan meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk yang ramah lingkungan. Hal ini mendorong mereka untuk membeli produk yang ramah lingkungan pula. Konsumen bahkan juga bersedia membayar lebih mahal untuk mendapatkan produk dengan karakteristik ramah lingkungan. Mengonsumsi produk ramah lingkungan dapat membantu mereka untuk menyelamatkan lingkungan kerusakan (Santoso & Fitriyani, 2016). Dengan adanya permasalahan tersebut tujuan dari penelitian ini yaitu Untuk mengidentifikasi penerapan green practice dan untuk menganalisis pengaruh penerapan *green practice* terhadap *green consumer behavior* Ancak Restaurant di Hotel Mercure Bali Legian

Metode

Penelitian ini dilakukan selama enam bulan di Hotel Mercure Bali Legian. Dalam penelitian ini, objek yang akan diteliti adalah pengaruh penerapan *green practice* (*green action, green food, green donation*) terhadap *green consumer behavior* di Hotel Mercure Bali Legian. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, sedangkan sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Menurut (Indra, 2020) Data Primer yaitu data yang diperoleh secara langsung, dan dijadikan data utama oleh peneliti seperti hasil wawancara. Sedangkan Data Sekunder yaitu sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung, melalui media perantara sejarah hotel, struktur organisasi Food and Beverage Service. Populasi dari penelitian ini adalah tamu yang menginap di hotel mercure bali legian dan juga tamu yang pernah berkunjung ke Ancak Restaurant. Metode penentuan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*, teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel (Sugiyono, 2012). Menurut Utama (2021) besarnya jumlah sampel tergantung pada jumlah indikator yang minimal dikalikan 5. Penelitian ini memiliki total 11 indikator, sehingga $11 \times 5 = 55$ responden. Jadi, jumlah sampel dalam penelitian ini ada-lah 55 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas dan uji reliabilitas untuk menguji validitas reliabilitas angket, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas), analisis regresi linier berganda, pengujian hipotesis (uji t dan uji F), dan koefisien determinasi R².

Skala likert merupakan alat untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial. Skala likert digunakan sebagai penilaian setiap indikator pertanyaan dalam suatu variabel. Berikut bobot penilaian menggunakan skala likert dalam penelitian ini, sebagai berikut:

Tabel 1. Skala Likert

Keterangan	Nilai
Sangat tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Kurang Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: (Abadi, 2017)

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa responden laki-laki sebanyak 29 orang atau 53%, sedangkan responden perempuan sebanyak 26 orang atau 47%. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung Hotel Mercure Bali Legian yang menjadi responden dalam penelitian ini lebih dominan laki-laki dari pada perempuan.

Tabel 2. karakteristik berdasarkan jenis kelamin

No.	Jenis kelamin	Jumlah Orang	Persentase (%)
1.	Man	29	53
2.	Women	26	47
Jumlah		55	100

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa responden berusia <20 tahun sebanyak 12 orang atau 22%, responden berusia 20 – 30 tahun sebanyak 20 orang atau 36%, dan responden yang berusia 31 – 40 tahun sebanyak 14 orang atau 26%, responden yang berusia >40 tahun sebanyak 9 orang atau 16%. Hal ini menunjukkan bahwa tamu yang paling dominan mengunjungi ancah restoran dalam penelitian ini adalah berusia 20 – 30 tahun.

Tabel 3. Karakteristik Berdasarkan Usia

No.	Umur	Jumlah Orang	Persentase (%)
1.	<20 Tahun	12	22
2.	20 – 30 Tahun	20	36
3.	31- 40 Tahun	14	26
4.	>40 Tahun	9	16
Jumlah		55	100

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa tamu/pengunjung yang pernah berkunjung ke ancah restoran 1 kali berjumlah 29 orang atau 53%, pengunjung yang pernah berkunjung 2-3 kali sebanyak 15 orang atau sesar 27%, sedangkan pengunjung yang pernah berkunjung >3 kali berjumlah 11 orang atau 20%. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung yang dominan dalam penelitian ini adalah pengunjung yang pernah 1 kali mengunjungi ancah restoran.

Table 4. Karakteristik Berdasarkan Banyak Berkunjung

No.	Banyak Berkunjung	Jumlah Orang	Persentase (%)
1.	1 kali	29	53
2.	2 – 3 kali	15	27
3.	>3 kali	11	20
Jumlah		55	100

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 5 dapat dijelaskan bahwa masing-masing indikator masing-masing variabel memiliki nilai ko-relasi Pearson X1.1 sebesar 0.709, X1.2 sebesar 0.835, X1.3 sebesar 0.781, X1.4 sebesar 0.796, X2.1 sebesar 0.961, X2.2 sebesar 0.838, X3.1 sebesar 0.895, X3.2 sebesar 0.848, Y1 sebesar 0.864, Y2 sebesar 0.755, Y3 sebesar 0.812. Nilai korelasi Pearson > r tabel sebesar 0,265, maka indikator pernyataan angket layak digunakan karena dinyatakan valid dan telah memenuhi syarat validasi data.

Tabel 5. Uji Validitas

Statement	Pearson Correlation	r table	Description
Green Action (X₁)			
X1.1	0.709	0.265	Valid
X1.2	0.835	0.265	Valid
X1.3	0.781	0.265	Valid
X1.4	0.796	0.265	Valid
Green Food (X₂)			
X2.1	0.961	0.265	Valid
X2.2	0.838	0.265	Valid
Green Donation (X₃)			
X3.1	0.895	0.265	Valid
X3.2	0.848	0.265	Valid
Green consumer Behavior (Y)			
Y1	0.864	0.265	
Y2	0.755	0.265	Valid
Y3	0.812	0.265	Valid

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 6 terlihat bahwa nilai Cronbach's alpha untuk variabel green action sebesar 0,780, variabel green food sebesar 0,687, variabel green donasi sebesar 0,680, dan variabel green consumer behavior sebesar 0,740. Semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai Cronbach's alpha lebih besar dari 0,60; disimpulkan bahwa semua instrumen reliabel

Tabel 6. Uji reliabilitas

Variable	Cronbach's Alpha	Standard	Description
Green Action (X1)	0.780	0.60	Reliable
Green Food (X2)	0.687	0.60	Reliable
Green Donation (X3)	0.680	0.60	Reliable
Green Consumer Behavior (Y)	0.740	0.60	Reliable

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 7, data berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi 0,05. Hasil uji normalitas pada Tabel 7 diketahui bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 55 responden, nilai Kolmogorov-Smirnov (K-S) sebesar 0,065 dan tingkat signifikansi sebesar 0,200 yang lebih besar dari 0,05; sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam model regresi telah berdistribusi normal dan dapat dilanjutkan untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 7. Uji Normalitas

N	Test Statistic	Asymp. Sig. (2-tailed)
55	0.065	0.200

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 8, jika nilai toleransi variabel lebih dari 0,10 atau VIF kurang dari 10, maka dapat dikatakan model tersebut bebas dari gejala multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas pada Tabel 8, nilai toleransi untuk X1 adalah 0,484, X2 adalah 0,502, dan X3 adalah 0,467. Nilai VIF variabel X1 sebesar 2,066, X2 sebesar 1,992, dan X3 sebesar 2,141. Penelitian ini memperoleh nilai tolerance semua variabel independen lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang dibuat tidak memiliki gejala multikolinieritas.

Tabel 8. Uji Multikolinieritas

Variable	Tolerance	VIF
X1	0.484	2.066
X2	0.502	1.992
X3	0.467	2.141

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 9, data bebas heteroskedastisitas jika memiliki nilai signifikansi > 0,05. Hasil uji heteroskedastisitas pada Tabel 9 menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh variabel ketergantungan terhadap absolute residual yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi masing-masing variabel yang diuji lebih dari 0,05 yaitu X1 sebesar 0,842, X2 sebesar 0,332, dan X3 sebesar 0,566. Dengan demikian, model yang dibuat tidak mengandung gejala heteroskedastisitas, sehingga layak untuk digunakan.

Tabel 9. Uji Heteroskedastisitas

Variable	Significance
X1	0.842
X2	0.332
X3	0.566

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Table 10, didapatkan persamaan seperti berikut:

$$Y = 3.162 + 0.465X1 + 0.132X2 + 0.041X3$$

Keterangan:

Y= Green Consumer Behavior

X1= Green Action

X2= Green Food

X3= Green Donation

Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 3,162 artinya ketiga variabel independen yang terdiri dari green action, green food, dan green donation berpengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu green consumer behavior.

Tabel 10. Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients^a					
		Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	
1	(Constant)	3.162	1.305		2.423	0.019	
	X1	0.465	0.097	0.625	4.801	0.000	
	X2	0.132	0.179	0.098	0.737	0.464	
	X3	0.041	0.202	0.028	0.205	0.839	

Sumber: Data diolah, 2022

Tabel 10 menunjukkan hasil uji t. Berdasarkan t tabel diperoleh nilai t tabel sebesar 2,00758
 $df = (n-k-1 = 55-3-1 = 51)$.

- Pada variabel X1 mendapatkan hasil t-hitung sebesar 4,801 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 dalam hal ini berarti secara parsial variabel green action berpengaruh signifikan terhadap green consumer behavior dikarenakan t-hitung > t-tabel yaitu $4,801 > 2,007$ dan juga nilai signifikansi < 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$
- Pada variabel X2 mendapatkan hasil t-hitung sebesar 0,737 dan nilai signifikansi sebesar 0,464 dalam hal ini green food tidak berpengaruh secara signifikan terhadap green consumer behavior dikarenakan t-hitung < t-tabel yaitu $0,737 < 2,007$ dan nilai signifikansi > 0,05 yaitu $0,464 > 0,05$
- Pada variabel X3 mendapatkan hasil t-hitung sebesar 0,205 dan nilai signifikansi sebesar 0,839 dalam hal ini green donation tidak berpengaruh secara signifikan terhadap green consumer behavior dikarenakan t-hitung < t-tabel yaitu $0,205 < 2,007$ dan nilai signifikansi > 0,05 yaitu $0,839 > 0,05$

Berdasarkan Tabel 11, jika nilai probabilitas signifikansi 0,05 maka variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Hasil uji F pada Tabel 11 di bawah, diperoleh nilai Fhitung sebesar 20.362 dengan signifikansi 0,000; dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 yang menunjukkan bahwa green action (X1), green food (X2), dan green donasi (X3) secara simultan berpengaruh terhadap green consumer behavior (Y), dan model tersebut layak digunakan untuk pengujian lebih lanjut (model fit dengan datanya).

Tabel 11. Uji F

		ANOVA^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	91.954	3	30.651	20.362	0.000 ^b
	Residual	76.773	51	1.505		
	Total	168.727	54			

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 12, Nilai Adjusted R square sebesar 0.545 atau 54,5%, yang artinya bahwa variabel X1, X2, X3 yang dimana pada penelitian ini adalah green practice mampu menerangkan variabel Y yaitu green consumer behavior sebesar 54,5%, sementara sisanya sebesar 45,5% merupakan pengaruh dari variabel lain.

Tabel 12. Koefisien Determination (R^2)

		Model Summary^b			
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.738 ^a	.545	.518	1.22693	

Sumber: Data diolah, 2022

Penerapan Green Practice Di Hotel Mercure Bali Legian

Hotel Mercure Bali Legian sudah menerapkan green practice dari awal berdirinya hotel yaitu pada tahun 2014. Hal ini merupakan sebuah keharusan yang diterapkan bagi hotel yang berada di bawah naungan brand Accor Hotels. Sesuai dengan kebijakan Accor Hotels segala kegiatan operasional tidak boleh menyebabkan kerusakan lingkungan, serta mengharuskan meminimalisasi penggunaan plastik pada setiap departemen termasuk pada Food and

Beverage Department. Hal ini disampaikan oleh Food & Beverage Manager pada saat melaksanakan program class trainee di hotel.

Hotel Ancak Restaurant merupakan restoran yang ada di Hotel Mercure Bali Legian. Restoran ini telah menerapkan green practice yang meliputi green action, green food dan green donation. Penerapannya dapat dijelaskan secara kualitatif sebagai berikut.

a. Penerapan Green Action

Green action merupakan salah satu indikator dari green practice dengan sub-indikator: melakukan pemilahan sampah, mengolah limbah air, menghemat pemakaian kertas, dan meminimalkan penggunaan plastik. Dalam pelaksanaan kegiatan di restoran, Ancak Restaurant telah melaksanakan kegiatan sebagai implementasi dari green action. Pemilahan sampah yang dilakukan pada Ancak Restaurant yaitu dengan dua cara yaitu wet garbage dan dry garbage, pemilahan antara sampah basah dan sampah kering. Khusus untuk sampah basah seperti sisa pemotongan buah, sisa makanan, sayur dan yang cepat terurai/membusuk akan di-jadikan satu dalam wet garbage. Sedangkan sampah pemakaian tissue, pembungkus gula, dan lainnya dimasukkan pada dry garbage. Mengolah limbah air yang kemudian digunakan kembali untuk menyiram tanaman di sekitar area restaurant. Menghemat pemakaian kertas untuk keperluan back office. Pengehematan ini dilakukan untuk mengurangi jumlah pemakaian kertas dengan cara menggunakan kembali kertas yang sudah tidak terpakai jika masih layak digunakan contohnya seperti membuat daftar absensi karyawan, membuat breakfast list, dan untuk keperluan back office lainnya. Menghemat energi dilakukan dengan menggunakan lampu LED yang hemat energi pada area restaurant dan juga menghimbau karyawan peralatan elektronik bila sudah tidak digunakan dalam bekerja. Penerapan penggunaan lampu LED. Meminimalisasi penggunaan plastik sebagai penggantinya menggunakan daftar menu berupa scan barcode serta menggunakan paper straw dalam memberikan pelayanan kepada tamu yang memesan minuman.

b. Penerapan Green Food

Green food yang sudah diterapkan oleh Ancak Restaurant menggunakan bahan makanan dari supplier lokal. Hal ini bertujuan untuk menekan cost karena harganya lebih murah dibandingkan harga bahan makanan import. Di samping itu, hal ini juga dilakukan untuk memajukan UMKM lokal. Walaupun bahan makanan diambil dari supplier lokal, bahan makanan itu harus tetap memenuhi standar kualitas yang ditetapkan oleh hotel. Penerapan green food lainnya oleh Ancak Restaurant adalah memberikan keterangan khusus pada menu makanan. Pemberian keterangan khusus ini ditujukan untuk tamu yang memiliki alergi khusus pada makanan tertentu atau tamu yang vegetarian sehingga mencegah terjadinya complain dari tamu.

c. Penerapan Green Donation

Adapun penerapan green donation yang dilakukan Ancak Restaurant salah satunya memberikan karyawan serta anak training edukasi mengenai kepedulian terhadap lingkungan sekitar. Kegiatan ini dilakukan melalui program hotel yaitu class training yang dilakukan satu bulan dua kali. Diharapkan dengan program ini karyawan dan anak-anak training sadar akan pentingnya menjaga lingkungan sekitar. Hal lain juga dilakukan oleh karyawan Ancak Restaurant yaitu mengikuti proyek-proyek ramah lingkungan seperti beach clean yang dilakukan pada bulan Agustus 2021 oleh karyawan hotel dan juga diikuti oleh anak yang sedang melakukan training.

Pengaruh Green Practice Terhadap Green Consumer Behavior Di Hotel Mercure Bali Legian

Pengaruh Green Action terhadap Green Consumer Behavior pada Restoran Ancak di Hotel Mercure Bali Legian. Hasil pengujian menunjukkan variabel green action memiliki nilai t-hitung $>$ t-tabel yaitu $4,801 > 2,007$. Hal ini berarti bahwa green action berpengaruh secara signifikan terhadap green consumer behavior, sehingga H1 diterima. Hal ini disebabkan dalam penerapan green action dapat dirasakan dan dilihat secara langsung oleh tamu yang menginap atau tamu yang berkunjung ke Ancak Restaurant. Indikator green action sudah lama diterapkan oleh pihak hotel. Beberapa hal yang diterapkan oleh pihak restaurant di antaranya menghemat air dan energi di berbagai bidang seperti pencahayaan, menggunakan produk ramah lingkungan, melakukan pemilahan sampah organik dan anorganik, menghemat pemakaian kertas, serta meminimalisir penggunaan plastik. Penerapan green action itu sendiri dapat mempengaruhi green consumer behavior dalam upaya melakukan tindakan ramah lingkungan, karena tindakan ini akan menjadi sebuah perilaku serta kebiasaan yang akan dilakukan oleh konsumen.

Pengaruh Green Food terhadap Green Consumer Behavior pada Restoran Ancak di Hotel Mercure Bali Legian. Hasil pengujian menunjukkan variabel green food memiliki nilai t-hitung $<$ t-tabel yaitu $0,737 < 2,007$. Hal ini berarti bahwa green food tidak berpengaruh secara signifikan terhadap green consumer behavior, sehingga H2 ditolak. Green food merupakan tindakan menggunakan bahan makanan yang mendukung lingkungan untuk jangka ke depan. Beberapa kegiatan yang dapat dikategorikan sebagai green food di antaranya membeli dan menggunakan bahan organik untuk food preparation, melakukan perubahan menu dengan menggunakan bahan lokal atau musiman, serta memberi keterangan pada menu yang memiliki karakteristik khusus seperti rendah lemak. Dalam

penerapan green food Ancak Restaurant sudah menerapkan beberapa hal untuk mendukung program green dari pihak hotel, salah satunya menggunakan bahan makanan dari supplier lokal serta memberikan keterangan khusus pada menu makanan dengan tujuan, agar tamu yang memiliki alergi khusus pada makanan tertentu atau tamu yang vegetarian mengetahui, sehingga mencegah terjadinya complain dari tamu. Dari hasil uji secara parsial bahwa dalam penelitian ini green food tidak berpengaruh secara signifikan terhadap green consumer behavior penulis berasumsi bahwa hal ini disebabkan karena konsumen vegetarian di Ancak Restaurant sangatlah sedikit hal ini dibuktikan oleh pengamatan peneliti langsung selama training dimana hal ini dapat terlihat pada pertanyaan dalam kuesioner yang menyebutkan pemberian keterangan khusus pada menu seperti vegetarian dan juga konsumen menganggap bahwa makanan lokal tidak lebih baik dari makanan import.

Pengaruh Green Donation terhadap Green Consumer Behavior pada Restoran Ancak di Hotel Mercure Bali Legian. Hasil pengujian menunjukkan variabel green donation memiliki nilai t-hitung $< t$ -tabel yaitu $0,205 < 2,007$. Hal ini berarti bahwa green donation tidak berpengaruh secara signifikan terhadap green consumer behavior, sehingga H3 ditolak. Hal ini dapat terjadi dikarenakan dalam penerapannya masih kurang maksimal dilakukan dan juga kegiatannya pun belum banyak dilakukan karena membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Selain hal tersebut green donation tidak dapat dilihat dan dirasakan langsung oleh konsumen karena kegiatannya dilakukan langsung oleh karyawan maupun anak training dalam kontribusi kepada lingkungan.

Berdasarkan uji secara simultan menunjukkan hasil bahwa variabel bebas secara serempak atau simultan memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai signifikan 0.000, yang mana nilai signifikan adalah kurang dari 0.05. Berdasarkan hasil olah data tersebut, dapat dilihat bahwa variabel green action secara serempak dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap green consumer behavior. Terjadinya pengaruh simultan green practice terhadap green consumer behavior dikarenakan seluruh variabel dari green practice sudah diterapkan oleh Ancak Restaurant. Penerapan green practice yang dilakukan seperti melakukan pemilahan sampah organik dan anorganik, mengolah limbah air, menghemat pemakaian kertas, meminimalisasi penggunaan plastic, menggunakan bahan-bahan lokal dan, serta memberi keterangan pada menu seperti vegetarian.

Berdasarkan analisis regresi linier berganda diketahui variabel yang paling dominan memengaruhi green consumer behavior adalah green action. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien persamaan regresi yaitu (X1 0,465), (X2 0,132) dan (X3 0,041). Artinya variabel X1 yaitu green action yang berpengaruh paling dominan terhadap green consumer behavior dengan nilai koefisien 0,465. Hal ini disebabkan karena penerapan green practice bisa dilihat dan dirasakan langsung oleh tamu yang sedang menginap atau tamu yang sedang mengunjungi Ancak Restaurant.

Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Penerapan green practice pada Ancak Restaurant di Hotel Mercure Bali Legian sudah diterapkan dari awal berdirinya hotel yaitu pada tahun 2014, ini merupakan sebuah keharusan yang diterapkan bagi hotel yang berada dibawah naungan brand Accor Hotels. Namun penerapan green practice saat ini belum diterapkan secara maksimal dikarenakan ada beberapa kendala sehingga dalam penerapan ini tidak sepenuhnya mempengaruhi green consumer behavior
- Hasil uji t pengaruh secara parsial didapatkan bahwa green action mendapatkan hasil t-hitung sebesar 4,801 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 dalam hal ini berarti secara parsial variabel green action berpengaruh signifikan terhadap green consumer behavior dikarenakan t-hitung $> t$ -tabel yaitu $4,801 > 2,007$ dan juga nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$. variabel green food dan green donation berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap green consumer behavior. Dikarenakan hasil t-hitung $< 2,007$ yaitu green food mendapatkan nilai (0,737) dan green donation mendapatkan nilai(0,205). Berdasarkan hasil uji F, ketiga variabel bebas secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap green consumer behavior di Hotel Mercure Bali Legian. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi F sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya green action, green food, dan green donation secara bersama sama mempengaruhi green consumer behavior.

Ucapan Terima Kasih

Penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada Hotel Mercure Bali Legian sudah berkenan dijadikan objek dan lokasi penelitian ini. Terimakasih juga penulis ucapkan kepada Ni Putu Lianda Ayu Puspita dan I Wayan Basi Arjana selaku penguji atas masukan serta saran yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan artikel ini.

Referensi

- Abadi, W. (2017). *Teknik Pengumpulan Data Teknik*. 210093.
- Indra, K. D. (2020). *Upaya Meningkatkan Kebersihan Area Bar di Food And Beverage Service Department Holiday Inn Resort Baruna Bali*. 3(2), 78–85.
- Irawan, A., & Vianney, A. (2017). Pengaruh Green Practice Terhadap Green Consumer Behavior Di the Kemangi Restaurant, Hotel Santika Pandegiling Pandegiling Surabaya. *Pengaruh Green Practice Terhadap Green Consumer Behavior Di the Kemangi Restaurant, Hotel Santika Pandegiling Pandegiling Surabaya*, 86–101.
- Jeklin, A. (2016). *PERILAKU MASYARAKAT INDONESIA DALAM MENDUKUNG GREEN PRACTICES DI HOTEL : ANALISA THEORY OF PLANNED BEHAVIOR MODEL*. July, 1–23.
- Leonardo, A., Utomo, S. L., Thio, S., Siaputra, H., Perhotelan, M., Kristen, U., & Surabaya, P. (2014). *Green Practices Di Restoran-Restoran Yang Ada Di Surabaya*. 2011, 496–515.
- Santoso, I., & Fitriyani, R. (2016). Green Packaging , Green Product , Green Advertising , Persepsi ,. *Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen*, 9(2), 147–158.
- 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>
- Sugianto, E., Kurniawan, C. J., & Kristanti, M. (2017). Pengaruh program. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 5, 390–400.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. alfabeta.
- Utama, I. G. B. (2021). *Teknik Sampling dan Penentuan Jumlah sampel*. 2021(January 2016).
<https://doi.org/10.13140/RG.2.1.5187.0808>