

**PENERAPAN *GREEN PRODUCT QUALITY*
DAN *GREEN CORPORATE IMAGE*
TERHADAP *GREEN CUSTOMER LOYALTY*
DI HOTEL INDIGO BALI SEMINYAK BEACH**



POLITEKNIK NEGERI BALI

NI LUH PUTU UTARI DEWI

**JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2022**

SKRIPSI

**PENERAPAN *GREEN PRODUCT QUALITY*
DAN *GREEN CORPORATE IMAGE*
TERHADAP *GREEN CUSTOMER LOYALTY*
DI HOTEL INDIGO BALI SEMINYAK BEACH**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**NI LUH PUTU UTARI DEWI
NIM. 1815834028**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2022**



POLITEKNIK NEGERI BALI

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI BALI

Jalan Kampus Bukit Jimbaran, Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Bali – 80364
Telp. (0361) 701981 (hunting) Fax. 701128
Laman: www.pnb.ac.id Email: poltek@pnb.ac.id

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ni Luh Putu Utari Dewi
NIM : 1815834028
Program Studi : Manajemen Bisnis Pariwisata
Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul:

PENERAPAN *GREEN PRODUCT QUALITY* DAN *GREEN CORPORATE IMAGE* TERHADAP *GREEN CUSTOMER LOYALTY* DI HOTEL INDIGO BALI SEMINYAK BEACH

Benar bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Badung, 01 Agustus 2022
Yang membuat pernyataan,

Ni Luh Putu Utari Dewi

SKRIPSI

**PENERAPAN *GREEN PRODUCT QUALITY*
DAN *GREEN CORPORATE IMAGE*
TERHADAP *GREEN CUSTOMER LOYALTY*
DI HOTEL INDIGO BALI SEMINYAK BEACH**

Disusun sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Terapan
pada Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata di Jurusan Pariwisata
Politeknik Negeri Bali



POLITEKNIK NEGERI BALI

Diajukan Oleh:

**NI LUH PUTU UTARI DEWI
NIM. 1815834028**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2022**

SKRIPSI

PENERAPAN *GREEN PRODUCT QUALITY* DAN *GREEN CORPORATE IMAGE* TERHADAP *GREEN CUSTOMER LOYALTY* DI HOTEL INDIGO BALI SEMINYAK BEACH

Diajukan oleh

**NI LUH PUTU UTARI DEWI
NIM 1815834028**

Telah disetujui dan Diterima dengan Baik oleh:

Pembimbing I,

Pembimbing II,



**Luh Linna Sagitarini, SE., MM
NIP.197912092005012002**



**Dr. I Nyoman Winia, M.Si.
NIP.196206112000031001**

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

Mengetahui,
Jurusan Pariwisata
Ketua,



**Prof. Ni Made Ernawati, MATM. PhD.
NIP. 196312281990102001**

**PENERAPAN *GREEN PRODUCT QUALITY*
DAN *GREEN CORPORATE IMAGE*
TERHADAP *GREEN CUSTOMER LOYALTY*
DI HOTEL INDIGO BALI SEMINYAK BEACH**

Telah diuji dan Dinyatakan Lulus Ujian Pada:
Hari Senin, 01 Agustus 2022

PENGUJI

KETUA:



ANGGOTA:

JURUSAN  PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

1. Dr. Dra. I Gusti Made Wendri, M.Par.
NIP. 195809231990122001



2. Dr. Dra. Ni Gst Nym Suci Murni, M.Par.
NIP. 196405251990032001

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Ida Sang Hyang Widhi Wasa, karena berkat rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian yang berjudul “**Penerapan *Green Product Quality* dan *Green Corporate Image* terhadap *Green Customer Loyalty*” dengan baik dan tepat pada waktunya.**

Penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata. Disusunnya usulan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan *Green Product Quality* dan *Green Corporate Image* terhadap *Green Customer Loyalty* di Hotel Indigo Bali Seminyak Beach.

Pada penyusunan usulan penelitian ini tentu saja penulis menerima banyak bantuan berupa saran, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang membantu menyelesaikan usulan penelitian ini, khususnya kepada:

1. I Nyoman Abdi, S.E., M.eCom., selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah menyediakan fasilitas selama proses pembelajaran.
2. Prof. Ni Made Ernawati, MATM., Ph.D. Selaku kepala Departemen Pariwisata di Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan untuk belajar di jurusan Pariwisata.

3. Dr. Gede Ginaya, M.Si. Sebagai Sekretaris Departemen Pariwisata Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan dukungan dan saran kepada penulis.
4. Dra. Ni Nyoman Triyuni, MM. Selaku ketua Program Studi Diploma IV Manajemen Bisnis Pariwisata yang telah memberikan pedoman, waktu, motivasi dan saran untuk penulis.
5. Ni Luh Eka Armoni, SE., M.Par selaku Koordinator Praktik Kerja Lapangan dan penasihat pelatihan yang telah memberikan bimbingan kepada penulis selama proses Praktik Kerja Lapangan (PKL) berlangsung.
6. Luh Linna Sagitarini, SE., MM selaku Dosen Pembimbing I dalam penyusunan usulan penelitian yang telah memberikan saran, pengarahan, dan motivasi dalam penyusunan usulan penelitian ini.
7. Dr. I Nyoman Winia, M.Si. selaku Dosen Pembimbing II dalam penyusunan usulan penelitian yang telah memberikan saran dan motivasi dalam penyusunan usulan penelitian ini.
8. Seluruh Dosen Pengajar Jurusan Pariwisata yang telah memberikan bimbingan dan pengetahuan yang luas kepada penulis selama mengikuti perkuliahan di Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali
9. Bapak Made Suarta selaku Training Manager yang telah memberikan kesempatan untuk bergabung membantu dalam pemberian informasi serta bimbingan dalam pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dan membantu memberikan informasi dalam penyusunan usulan penelitian ini.
10. Seluruh *staff* Hotel Indigo Bali Seminyak Beach yang telah membantu dalam penyusunan usulan penelitian ini.

11. Ayah I Nengah Widanta dan Ibu Ni Ketut Suartini sebagai orang tua dan keluarga yang telah memberikan dukungan moril dan memberi semangat untuk kelancaran penulisan usulan penelitian ini.
12. Seluruh teman – teman penulis yang telah membantu dan memberi semangat dan motivasi untuk penulis selama penyusunan usulan penelitian ini.

Penulis berharap usulan penelitian ini dapat menjadi kerangka acuan maupun pedoman bagi pembaca. Pada usulan penelitian ini penulis menyadari masih banyak kekurangan atau kelemahan dikarenakan keterbatasan yang penulis miliki dan kendala yang penulis hadapi dalam proses penelitian. Oleh karena itu, penulis harapkan kepada pembaca untuk memberikan kritik dan saran yang bersifat membangun agar usulan penelitian selanjutnya menjadi lebih baik lagi.

Badung, Juli 2022

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

Penulis

**IMPLEMENTATION OF GREEN PRODUCT QUALITY
AND GREEN CORPORATE IMAGE
TO GREEN CUSTOMER LOYALTY
AT HOTEL INDIGO BALI SEMINYAK BEACH**

Ni Luh Putu Utari Dewi

Nim.181534028

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of the application of green product quality and green corporate image on green customer loyalty at the Indigo Bali Seminyak Beach Hotel. The data collection methods used are observations, interviews, questionnaires and literature studies. The respondents in this study were 50 guests who stayed at Hotel Indigo Bali Seminyak Beach using the method of determining purposive sampling or sampling based on certain characteristics. The data analysis techniques used are descriptive qualitative and multiple regression analysis. Before conducting the analysis, a validity and reliability test was carried out on the questionnaire distributed to the respondents. Based on the results of the t test that has been carried out, it was concluded that the two partially free variables have a positive influence on green customer loyalty at the Indigo Bali Seminyak Beach Hotel. The results of the questionnaire and the results of statistical data processing are known that green product quality is more dominant in affecting green customer loyalty compared to green corporate image because in reality guests staying at Hotel Indigo Bali Seminyak Beach look more at how the quality of products or services offered by the hotel so that guests can decide to buy the product continuously. Based on the results of data analysis that has been carried out, green product quality and green corporate image together or simultaneously have a positive and significant effect on green customer loyalty.

Keywords: Green Product quality, Green Corporate Image, Green Customer

Loyalty.

**PENERAPAN *GREEN PRODUCT QUALITY*
DAN *GREEN CORPORATE IMAGE*
TERHADAP *GREEN CUSTOMER LOYALTY*
DI HOTEL INDIGO BALI SEMINYAK BEACH**

Ni Luh Putu Utari Dewi

Nim.181534028

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh penerapan *green product quality* dan *green corporate image* terhadap *green customer loyalty* pada Hotel Indigo Bali Seminyak Beach. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, kuesioner dan studi kepustakaan. Jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 50 orang tamu yang menginap di Hotel Indigo Bali Seminyak Beach dengan menggunakan metode penentuan sampel *purposive sampling* atau pengambilan sampel berdasarkan karakteristik tertentu. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dan analisis regresi berganda. Sebelum melakukan analisis, dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner yang disebarakan kepada responden. Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan, disimpulkan bahwa kedua variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap *green customer loyalty* di Hotel Indigo Bali Seminyak Beach. Hasil kuesioner dan hasil pengolahan data statistik yang diketahui bahwa *green product quality* lebih dominan mempengaruhi *green customer loyalty* dibandingkan dengan *green corporate image* karena pada kenyataannya tamu yang menginap di Hotel Indigo Bali Seminyak Beach lebih melihat bagaimana kualitas produk atau jasa yang di tawarkan oleh hotel sehingga tamu dapat memutuskan untuk membeli produk tersebut secara terus-menerus. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, *green product quality* dan *green corporate image* secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *green customer loyalty*.

Kata Kunci: *Green Product quality, Green Corporate Image, Green Customer Loyalty.*

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN GELAR SARJANA	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
LEMBAR PENETAPAN KELULUSAN	vi
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRACT	x
ABSTRAK	xiii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penulisan	5
1.4 Manfaat Penulisan	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Hotel.....	8
2.1.2 Green Product Quality	9
2.1.3 Green Corporate Image.....	10
2.1.4 Green Customer Loyalty.....	12
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu	14
BAB III METODE PENELITIAN	17
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	17
3.2 Objek Penelitian.....	17
3.3 Identifikasi Variabel	18
3.4 Definisi Operasional Variabel	18
3.4.1 Variabel Bebas (Independent Variable).....	18
3.4.2 Variabel Terikat (Dependent Variable)	18
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	20
3.5.1 Jenis Data.....	20
3.5.2 Sumber Data	21
3.6 Metode Penentuan Sampel	21
3.7 Metode Penentuan Data.....	22
3.8 Teknik Analisis Data	24
3.8.1 Deskriptif Kualitatif.....	24
3.8.2 Uji Instrumen Penelitian	26

3.8.3 Uji Asumsi Klasik	27
3.8.4 Analisis Regresi Linier Berganda	29
3.8.5 Uji T	29
3.8.6 Uji F	30
3.8.7 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Gambaran Umum Penelitian	32
4.1.1 Sejarah Hotel	33
4.1.2 Bidang Usaha	34
4.1.3 Struktur Organisasi	37
4.1.3 Job Description	38
4.2 Hasil Penelitian	43
4.2.1 Karakteristik Responden	43
4.2.2 Uji Instrumen Penelitian	46
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	49
4.2.5 Analisis Regresi Linier Berganda	52
4.2.6 Uji T	53
4.2.7 Uji F	55
4.2.8 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	56
4.3 Pembahasan	57
4.3.1 Penerapan Green Product Quality dan Green Corporate Image di Hotel Indigo Bali Seminyak Beach	57
4.3.2 Pengaruh Green Product Quality dan Green Corporate Image Terhadap Green Customer Loyalty di Hotel Indigo Bali Seminyak Beach	65
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	74
5.1 Simpulan	74
5.2 Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	79

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional	23
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	49
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Jumlah Reservasi Yang Dilakukan.....	50
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	51
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas.....	53
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinieritas.....	54
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	55
Tabel 4.10 Hasil Uji Linieritas.....	56
Tabel 4.11 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
Tabel 4.12 Hasil Uji T.....	58
Tabel 4.13 Hasil Uji F.....	59
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	60
Tabel 4.15 Penerapan <i>Green Product Quality</i>	71
Tabel 4.16 Kegiatan Penerapan <i>Green Corporate Image</i>	74

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Hotel.....	36
Gambar 4.2 <i>Room Division Chart</i>	42
Gambar 4.3 Dokumentasi wawancara dengan <i>Supervisor F&B Department</i>	59
Gambar 4.4 Dokumentasi wawancara dengan <i>Duty Manager FO Department</i>	60
Gambar 4.5 Logo <i>IHG Clean Promise</i>	65



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran

1. Lampiran 1 : Pengantar
2. Lampiran 2 : Identitas Responden dan Petunjuk Pengisian Kuesioner
3. Lampiran 3 : Pernyataan Kuesioner
4. Lampiran 4 : Pedoman Wawancara
5. Lampiran 5 : Tabulasi Data Kuesioner Penelitian
6. Lampiran 6 : Karakteristik Responden
7. Lampiran 7 : Hasil Pengolah Data *SPSS 25.0*
8. Lampiran 8 : Titik Presentase Distribusi *r*
9. Lampiran 9 : Titik Presentase Distribusi *t*
10. Lampiran 10 : Titik Presentase Distribusi *F*
11. Lampiran 11 : Bukti Penerapan *Green Product Quality* dan *Green Corporate Image* di Hotel Indigo Bali Seminyak Beach
12. Lampiran 12 : Dokumentasi Penyebaran Kuesioner

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pariwisata merupakan salah satu sektor penting bagi perekonomian di Indonesia. Semenjak wabah covid-19 menyerang di berbagai penjuru dunia, hal ini tentunya berdampak besar bagi keberlangsungan industri pariwisata. Dampak dari wabah covid-19 terhadap industri pariwisata adalah sejumlah tempat wisata, akomodasi dan sarana pendukung pariwisata terpaksa ditutup karena adanya peraturan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Semenjak vaksin ditemukan sejumlah negara mulai memastikan warganya untuk melakukan vaksinasi dalam rangka mengurangi angka penyebaran covid-19. Pada awal tahun 2021 keadaan industri pariwisata mulai membaik akibat ditemukannya vaksin masyarakat mulai berani untuk keluar rumah bahkan untuk melakukan kegiatan wisata, walaupun masih harus memenuhi protokol kesehatan.

Semakin berkembangnya pariwisata seharusnya pelaku pariwisata juga memperhatikan bagaimana dampak pariwisata terhadap lingkungan sekitarnya. Pemanasan global (*Global Warming*) sudah mulai diketahui dan dirasakan oleh semua orang. Maka dari itu masyarakat mulai sadar untuk mendapatkan produk yang layak, aman, dan ramah lingkungan. Industri pariwisata juga sudah mulai untuk mempertahankan keberlanjutan lingkungan sekitar dengan menerapkan konsep pariwisata berkelanjutan. Pariwisata berkelanjutan didefinisikan sebagai

pariwisata yang memperhitungkan sepenuhnya dampak sosial, lingkungan dan ekonomi baik saat ini maupun masa depan, menangani kebutuhan pengunjung, industri, lingkungan dan masyarakat lokal (Ginting et al., 2020). Beberapa akomodasi atau hotel mulai menerapkan program ramah lingkungan untuk menarik wisatawan menginap.

Pelanggan mempertahankan hubungan dengan lembaga yang peduli lingkungan dan berkomitmen untuk membeli kembali produk yang disukai secara konsisten di masa depan disebut *green customer loyalty* (Putro, 2017). *Green customer loyalty* dijadikan sebagai sebuah komitmen bagi pelanggan dalam memelihara hubungan dengan lingkungan, tamu akan menunjukkan sikap loyalitas mereka ketika tidak hanya menginap secara berulang tetapi menyukai dan tetap memilih satu tempat karena sesuai dengan ekspektasi dan kebutuhan mereka. Untuk mempertahankan loyalitas tamu kepada hotel maka pihak hotel mengupayakan untuk memenuhi kebutuhan tamu dengan meningkatkan kualitas produk.

Mengembangkan produk atau jasa sesuai dengan kebutuhan pasar saat ini adalah tujuan semua perusahaan agar dapat terus mengikuti jaman. *Green product quality* menjadi kebutuhan pasar saat ini. Kualitas produk hijau atau *green product quality* secara operasional merupakan kualitas produk yang berbahan alami dan ramah lingkungan (Margaretha, 2015.n.d.). Apabila kualitas produk yang aman untuk lingkungan dapat terus dipertahankan atau bahkan ditingkatkan, maka konsumen tidak akan berfikir panjang untuk melakukan pembelian ulang pada produk tersebut. Sehingga *product quality* sangatlah menentukan tinggi atau tidaknya loyalitas tamu kepada hotel. Selain itu ada beberapa hal yang harus

diperhatikan pihak hotel untuk menjaga loyalitas tamu, salah satunya adalah citra atau *image* hotel.

Citra perusahaan yang baik atau positif sangatlah penting bagi kelangsungan perusahaan atau hotel, apabila citra hotel positif maka kepercayaan tamu atau loyalitas tamu akan semakin tinggi. *Green corporate image* merupakan persepsi yang dikembangkan dari interaksi antar lembaga, personal, pelanggan, dan masyarakat yang terkait dengan lingkungan komitmen dan kepedulian terhadap lingkungan (Putro, 2017). Dengan memiliki *image* yang baik serta ramah terhadap lingkungan sekitar maka kepercayaan tamu dan masyarakat terhadap hotel meningkat, sehingga tamu tidak akan berfikir panjang lagi untuk melakukan pembelian ulang dimasa mendatang. Dengan begitu *green corporate image* berpengaruh terhadap loyalitas tamu atau *green customer loyalty*.

Beberapa penelitian terdahulu menjelaskan bahwa *green customer loyalty* dipengaruhi salah satunya oleh *green product quality* dan *green corporate image*. Dengan begitu keterkaitan antara *green product quality* dan *green corporate Image* terhadap *green customer loyalty* yaitu dimana semakin meningkatnya kualitas produk dan citra positif sebuah perusahaan maka akan berpengaruh terhadap peningkatan loyalitas pelanggan pada perusahaan tersebut.

Salah satu hotel di Bali yang sudah memperhatikan citra positif dan kualitas produk yang ramah lingkungan adalah Hotel Indigo Bali Seminyak Beach. Alasan penulis memilih Hotel Indigo Bali Seminyak Beach sebagai objek penelitian adalah karena hotel ini merupakan hotel bintang 5 dan salah satu hotel indigo yang

berkonsep *resort* pertama di dunia. Dengan konsep mengedepankan unsur lokal, warna - warni budaya dan keasrian lingkungannya, walaupun berada di pusat kota Seminyak hal ini membuat penulis tertarik untuk meneliti bagaimana penerapan *green product quality* dan *green corporate* terhadap *green customer quality*.

Berdasarkan fenomena di lapangan yang dilakukan diawal penelitian *green product quality* sudah diterapkan oleh hotel ini, contohnya makanan dan minuman yang disediakan tidak berasal dari binatang yang langka, dalam pengemasannya tidak menggunakan plastik, lampu LED yang hemat energi, kawasan hotel yang bebas rokok, penggunaan *scan barcode* dan lain – lain. Sedangkan penerapan yang dilakukan untuk meningkatkan citra hijau hotel (*Green Corporate Image*) adalah ditunjukkan oleh struktur bangunan yang ramah lingkungan, penataan kebun, dan menerapkan program IHG *Green Engage* yaitu memilah sampah organik dan non organik, makanan sisa di restaurant yang masih layak dimakan disumbangkan ke panti asuhan, dan lain–lain.

Penerapannya belum berjalan maksimal karena masih ada beberapa *complaint* dari tamu secara langsung. Terdapat beberapa masalah pada penerapan *green product quality* dan *green corporate image* salah satunya adalah masalah sabun mandi yang disediakan untuk tamu masih menggunakan botol plastik berukuran kecil. Beberapa tamu merasa kecewa karena sabun mandi, yang cepat habis dan harus memanggil *staff* untuk membawakannya lagi. Sehingga tamu menyarankan untuk menyediakannya dalam ukuran besar agar tidak cepat habis. Sedangkan permasalahan lainnya mengenai *image* hotel yang *green* atau ramah lingkungan dipatahkan oleh pihak hotel, yang dimana pihak hotel memberikan

kebebasan tamu untuk memesan makanan diluar dan menitipkannya di departemen *front office*. Akibatnya tamu yang *check-in* merasa terganggu dengan banyaknya pesanan makanan tamu yang menginap di meja *reception*. Dan juga pengemasannya yang masih menggunakan plastik, hal ini mengakibatkan bertambahnya jumlah limbah plastik di hotel, sehingga *image hotel* yang seperti ini ditambah lagi dengan banyaknya *complaint* dapat mempengaruhi loyalitas tamu yang akan menginap di Hotel Indigo Bali Seminyak Beach. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan kualitas produk hijau dan citra perusahaan hijau terdapat keterkaitan dengan loyalitas tamu di hotel.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Penerapan *Green Product Quality* Dan *Green Corporate Image* terhadap *Green Customer Loyalty* di Hotel Indigo Bali Seminyak Beach**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dijabarkan diatas. Maka rumusan masalah yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana penerapan *green product quality* dan *green corporate image* di Hotel Indigo Bali Seminyak Beach?
2. Bagaimana pengaruh penerapan *green product quality* dan *green corporate image* terhadap *green customer loyalty* di Hotel Indigo Bali Seminyak Beach?

1.3 Tujuan Penulisan

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengidentifikasi penerapan *green product quality* dan *green corporate image* di Hotel Indigo Bali Seminyak Beach.
2. Untuk menganalisis pengaruh penerapan *green product quality* dan *green corporate image* terhadap *green customer loyalty* di Hotel Indigo Bali Seminyak Beach.

1.4 Manfaat Penulisan

Adapun manfaat – manfaat dari penulisan usulan penelitian ini yaitu:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan wawasan serta menjadi pedoman dalam pengembangan ilmu pengetahuan pada penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan analisis penerapan *green product quality* dan *green corporate image* terhadap *green customer loyalty*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis dari penulisan usulan penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Bagi Politeknik Negeri Bali

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa Politeknik Negeri Bali yang akan melakukan penelitian selanjutnya mengenai penerapan *green product quality* dan *green corporate image* terhadap *green customer loyalty*.

2. Manfaat Bagi Hotel Indigo Bali Seminyak Beach

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi seluruh *staff* Hotel Indigo Bali Seminyak Beach akan pentingnya penerapan *green product quality* dan *green corporate image* terhadap *green customer loyalty*.

3. Manfaat Bagi Mahasiswa

Penelitian ini merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa untuk menyelesaikan studi S1 terapan di Politeknik Negeri Bali dan diharapkan dapat menjadi perbandingan serta implementasi di lapangan dengan bekal teori dan praktik yang didapatkan di kampus.



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan hasil pembahasan yang sudah diuraikan sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Penerapan *green product quality* dan *green corporate image* di Hotel Indigo Bali Seminyak Beach sudah diterapkan, namun masih ada beberapa kendala yang sulit untuk diterapkan. Penerapan *green product quality* dan *green corporate image* agar dapat berjalan maksimal diperlukan dukungan bukan hanya dari pihak hotel melainkan dari pihak konsumen.
2. Berdasarkan dengan hasil statistik uji t dengan nilai hitung *green product quality* sebesar 5.257 sedangkan *green corporate image* 5.490 yang dimana keduanya lebih dari jumlah t-tabel yaitu 2.01174 dan dengan nilai signifikansi keduanya sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Nilai F-hitung sebesar 8.250 maka f-hitung $>$ f-tabel yaitu $8.250 > 3,19$ dengan signifikansi F sebesar 0,001 maka nilai signifikansi $0,001 < 0,05$.

5.2 Saran

Hasil penelitian ini diharapkan dapat direkomendasikan pada masukan atau saran kepada pihak manajemen Hotel Indigo Bali Seminyak Beach dengan

meningkatkan *green produk quality* dan *green coporate image* terhadap *green customer loyalty* di Indigo Bali Seminyak Beach dengan saran sebagai berikut:

1. Dengan adanya pengaruh positif *green product quality* dan *green corporate image* terhadap *green customer loyalty* di Hotel Indigo Bali Seminyak Beach, maka pihak hotel sebaiknya meningkatkan penerapan *green product quality* dan *green corporate image* untuk meningkatkan *green customer loyalty*. seperti menyediakan *bulk amenities* di setiap kamar tamu, menyediakan napkin di *restaurant* untuk mengurangi penggunaan *tissue*, mengadakan *green month* dan *pink month* setiap satu kali dalam setahun dan melakukan donasi kepada *orphanage* secara rutin setiap tahunnya. Dengan kualitas produk yang baik dan citra perusahaan yang baik maka akan berpengaruh terhadap loyalitas tamu.
2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperbanyak jumlah indikator yang akan digunakan, sehingga dapat diperoleh gambaran dan hasil yang mendekati dengan kondisi yang sebenarnya. Dalam penelitian ini hanya menggunakan 50 responden tamu sebagai sampel dalam penelitian ini. Pada penelitian selanjutnya diharapkan untuk menggunakan perusahaan lain sebagai objek penelitian, sehingga dapat ditemukan perbedaan antara penelitian ini dan penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bathmanathan, V., & Hironaka, C. (2016). Sustainability and business: What is green corporate image? *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 32(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/32/1/012049>
- Dr. Saeed M. Z. A. Tarabieh. (2018). *Impact of Green Product Quality and Green Corporate Image on Green Customer Loyalty: Mediating Role of Green Customer Satisfaction*.
- Dwi, I. M., & Adnyana, M. (2021). *Metode Penelitian pendekatan kuantitatif* (T. S. Tambunan (Ed.); Issue August). CV. Media Sains Indonesia.
- Geffenberger, K. (2018). Metode Penelitian. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 64–85.
- Ginting, N., Lathersia, R., Putri, R. A., & Ayu, P. (2020). *Kajian Teoritis : Pariwisata Berkelanjutan berdasarkan Distinctiveness TALENTA Conference Series Kajian Teoritis : Pariwisata Berkelanjutan berdasarkan Distinctiveness Theoretical Study : Sustainable Tourism based on Distinctiveness*. 3(1). <https://doi.org/10.32734/ee.v3i1.870>
- Haekal, A. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Corporate Image and Repurchase Mandiri Thamrin Jakarta. *Bilancia*, 12(1), 175–202.
- Hanifah, H. N., Hidayati, N., & Mutiarni, R. (2019). *Pengaruh Produk Ramah Lingkungan/ Green Product Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware*. 2(1), 37–44.
- I Ketut Suwena, I. G. N. W. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. 299.
- Larasati, M. A., & Octavia, D. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Hijau Dan Citra Perusahaan Hijau Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hijau Pada Produk Air Conditioner Inverter Panasonic Di Kota Bandung. *EProceedings of Management*, 2(3), 2839–2844. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/1615>
- M. Miles, A. Huberman, J. Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*. <https://books.google.co.id/books?id=p0wXBAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Mardiatmoko, G. (2020). *PENTINGNYA UJI ASUMSI KLASIK PADA ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA (STUDI KASUS PENYUSUNAN PERSAMAAN ALLOMETRIK KENARI MUDA [CANARIUM INDICUM L.]) The Importance of the Classical Assumption Test in Multiple Linear Regression Analysis (A Case Study of . 14(3), 333–342.*

Marita, W. E. (2015). *Jurnal Akuntansi* <http://journal.unesa.ac.id/php/index/aj>
**PENGARUH STRUKTUR ORGANISASI DAN UKURAN PERUSAHAAN
TERHADAP PENERAPAN BUSINESS ENTITY CONCEPT.** 7(9), 18–40.

Nanin, N. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan
Noach Cafe And Bistro.* 7(2).

Nilda Miftahul Janna, H. H. (2021). *Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan
menggunakan spss.* 18210047.

Noviastuti, N., & Cahyadi, D. A. (2020). Peran Reservasi Dalam Meningkatkan
Pelayanan Terhadap Tamu Di Hotel Novotel Lampung. *Jurnal Nusantara
(Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Perhotelan)*, 3(1), 31–37.
<https://jurnal.akparda.ac.id/index.php/jurnalnusantara/article/view/32>

Putri Zakiah Rachmadhanni. (2020). PENGARUH CITRA MEREK HIJAU,
KEPERCAYAAN HIJAU, DAN KEPUASAN HIJAU TERHADAP
LOYALITAS HIJAU PRODUK TUPPERWARE DI KOTA TANGERANG
SELATAN. *Nuevos Sistemas de Comunicación e Información*, 2013–2015.

Putro, wahyu abadi. (2017). Pengaruh Green Product Quality dan Green Corporate
Image terhadap Green Customer Loyalty yang dimediasi Green Customer
Satisfaction (Studi Kasus Pada Pelanggan Galon Merek AQUA di Kota
Yogyakarta). *Wahyu Abadi Putro*, 8.5.2017.

Reinaldi Hendaro. (2021). Pengaruh Atribut dan Image Hotel Hijau Terhadap
Loyalitas Pengunjung Dengan Mediasi perceived value dan kepuasan
pelanggan. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24.

Shaputra, R. K. (2013). *Green Marketing pada produk Kosmetik.*

Sholehah, R. (2015). *Implementasi Sistem Informasi Manajemen SDM (Studi Pada
PT PLN (Persero) Malang).* 106.

*Silvia Margaretha_Green Product Quality, Green Corporate Image_The 8th
NCFB and Doctoral Colloquium_2015.* (n.d.). silvia margaretha.

Simanjuntak, E. M. (2019). *Danau Toba Sebagai Tujuan wisata dari Medan
Sumatra Utara.* 1956, 6–32. <https://doi.org/10.31219/osf.io/6zgb>

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (M. P.
Setiyawami, SH (Ed.)). Alfabeta.

Sunyoto, D. (2016). *Metodologi Penelitian Akuntansi* (S. . Aep Gunarsa (Ed.)). PT
Refika Aditama.

Susanto, A. (2015). *PELANGGAN PADA PRODUK KOSMETIK HIJAU Merek
The Body Shop.*

Suwarno, Y., Laksmitasari, R., & Widyawati, K. (2018). Perancangan Hotel
Bintang Tiga dengan Konsep Hospitality di Jakarta Selatan. *Jurnal Desain*,
5(01), 53. <https://doi.org/10.30998/jurnaldesain.v5i01.2179>

Utama, R., Bagus, I. G., Dhyana, U., & Bali, P. (2021). *Teknik Sampling dan Penentuan Jumlah sampel*. 2021(January 2016). <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.5187.0808>

Widyastuti, S., Said, M., Siswono, S., & Firmansyah, D. A. (2019). *Customer Trust through Green Corporate Image , Green Marketing Strategy , and Social Responsibility : A Case Study*. XXII(2), 83–99.

Yuliara, I. M. (2016). *Regresi linier berganda*.



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI