

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Berabad-abad lamanya, jutaan manusia telah menjadikan bumi sebagai tempat tinggal dan tempat beraktivitas dalam rangka pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Seiring berjalannya waktu, pertumbuhan jumlah penduduk manusia di bumi mengalami perkembangan yang pesat. Pada tahun 2020, penduduk dunia menyentuh angka 7,753 miliar jiwa. Sementara pada tahun 2018, jumlah penduduk terdapat pada angka 7,6 miliar jiwa. Jika dibandingkan dengan tahun 2020, terdapat peningkatan sebesar 1,08%.



Gambar 1.1 Jumlah Penduduk Dunia 2020

Sumber : Worldometer (2008-2020)

Semakin banyak jumlah penduduk di muka bumi, maka semakin banyak jumlah permintaan dalam rangka pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Tingginya tingkat jumlah permintaan akan mengarah pada eksploitasi SDA secara berlebihan.

Eksplorasi secara berlebihan tentu memiliki konsekuensi jangka panjang terhadap nasib manusia di masa depan (Lampert, 2019)

Salah satu negara yang juga mengalami pertumbuhan penduduk pesat adalah Indonesia. Menurut Databoks (2021), Hasil sensus penduduk Indonesia pada tahun 2020 mencapai 270,2 Juta jiwa pada bulan September. Jika dibandingkan dengan 10 tahun yang lalu, penduduk Indonesia meningkat dengan rata-rata 32,56 juta jiwa pertahunnya. Laju pertumbuhan penduduk yang pesat dapat memberikan 2 dampak besar kepada lingkungan (Mischa, 2017), yakni :

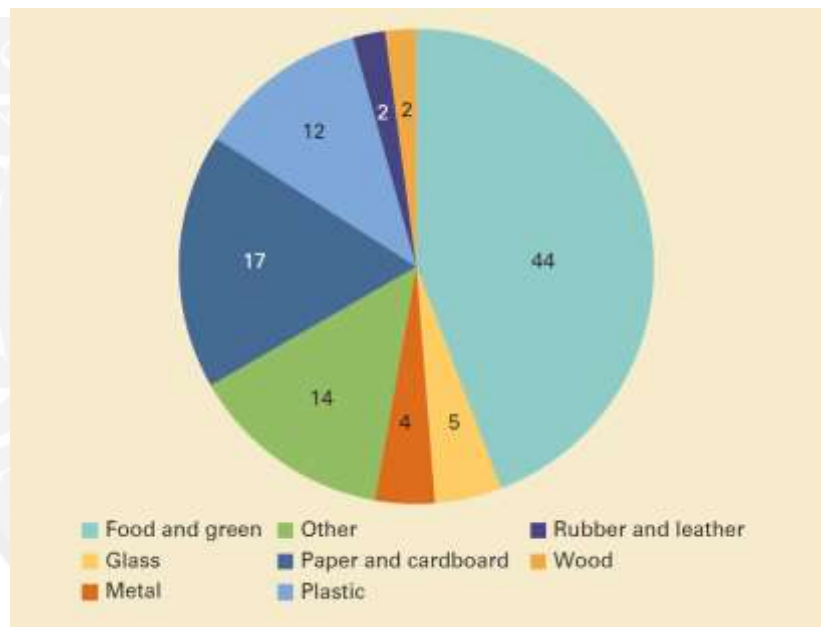
1. Konsumsi sumber daya secara berlebihan seperti tanah, air, udara, makanan, bahan bakar fosil.
2. Mineral dari produk limbah sebagai akibat dari konsumsi secara berlebihan seperti polusi air dan udara, zat bahan beracun dan efek rumah kaca.

Merujuk pada poin pertama, pertumbuhan penduduk di berbagai belahan dunia termasuk Indonesia memberikan tekanan berlebih terhadap SDA yang memiliki jumlah terbatas. Jika jumlah konsumsi berlebihan ini terus dipertahankan, maka besar kemungkinan generasi selanjutnya akan mengalami kelangkaan ketersediaan pada kebutuhan sehari-hari seperti makanan, air, dan bahan bakar (Subramanian, 2018).

Merujuk pada poin kedua, jika produksi limbah beracun diteruskan, akan mengakibatkan perubahan iklim secara drastis. Hal ini dapat dibuktikan dengan fenomena melelehnya es di kutub utara. Perubahan iklim adalah hasil dari perubahan pada suhu rata-rata di muka bumi. Semakin bumi bertambah panas,

becana alam seperti angin tornado, kekeringan, banjir dan tanah longsor akan lebih sering terjadi (Ahmed, 2012).

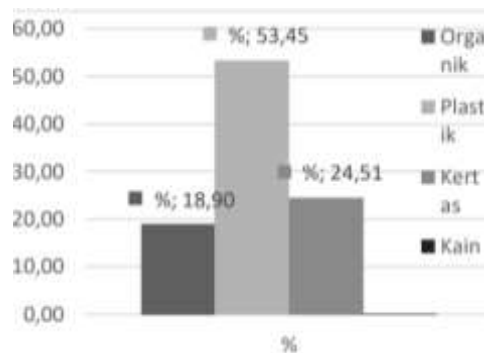
Salah satu industri yang menjadi penyumbang limbah adalah industri pariwisata, terutama fasilitas perhotelan. Dilansir dari The World Bank, limbah makanan dan sayuran merupakan penyumbang limbah terbesar di dunia, diikuti oleh kertas dan kardus di posisi kedua.



Gambar 1.2 Global Waste Composition

Sumber : *The World Bank* (2019)

Sementara pada penelitian yang dilakukan oleh Guritno et al., (2014), komposisi sampah yang dihasilkan oleh industri perhotelan terdiri dari sampah plastik sebesar 48.48%, sampah kertas sebesar 24,51%, sampah organik sebesar 18,9%, dan sampah kain sebesar 0.03%.



Gambar 1.3 Persentase Sampah Industri Perhotelan

Sumber : Guritno (2018)

Melalui data diatas, dapat di lihat bahwa industri perhotelan memproduksi jenis limbah yang sama dengan komposisi jenis limbah terbanyak.

Dalam waktu yang bersamaan, hotel dapat mengakibatkan kerusakan lingkungan-sosial pada 2 tahapan, yakni : (1) masa pembangunan hotel, (2) masa operasional hotel (Moise, et al. 2018). Contoh dari dampak negatif industri perhotelan adalah menurunnya kualitas lingkungan dan meningkatnya volume limbah cair yang berpotensi mencemari lingkungan (Andini & Arida, 2019).

Seiring terjadinya perubahan iklim dan kerusakan lingkungan secara global, sudah menjadi kewajiban bagi perusahaan perhotelan untuk mengedepankan pembangunan hotel berkelanjutan (Rahmafitria, 2014). Di masa kini, tidak sedikit masyarakat yang memilih destinasi wisata berkelanjutan dan ramah lingkungan (Sinangjoyo, 2014; Syahriyah, 2016).

Beberapa alasan seperti regulasi dari pemerintah, niat untuk menjaga sumber daya lingkungan dengan cara mengurangi sampah dan pemakaian listrik dan air,

serta meraih keunggulan kompetitif mendorong banyak perusahaan untuk mengimplementasikan beberapa inisiatif lingkungan (Han 2015 ; Jones et al. 2014). Seiring meningkatnya kepedulian masyarakat dan instansi lainnya seperti pemerintah terhadap lingkungan, semakin banyak hotel yang berinisiatif untuk mengadopsi praktik ramah lingkungan (Smith et al., 2015)

Praktik tersebut biasa disebut sebagai “*Green Hotel*” , “*Sustainable*”, “*Eco Friendly*”, “*Environmental Friendly*” (Pizam. 2009). “*Green Hotel*” adalah hotel penginapan yang berorientasi kepada alam dan berupaya mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan (Han et al., 2010). Menurut *Green Hotel Association (2008)*, *Green hotel* atau *Eco Friendly Hotel* adalah properti penginapan yang mempraktikkan program ramah lingkungan seperti penghematan energi dan air, pengurangan limbah daur ulang yang berdampak pada penghematan biaya untuk melindungi bumi.

Sementara Kasim (2004), mendefinisikan *Green Hotel* melalui faktor sosio-ekonomi. Menurut Kasim, *Green Hotel* adalah hotel yang beroperasi secara bertanggung jawab terhadap karyawan, komunitas lokal, budaya lokal, serta ekologi di sekitarnya. Praktik *Green Hotel* memiliki perbandingan kontras dengan hotel konvensional yang membahayakan lingkungan dengan cara mengkonsumsi sumber daya langka secara berlebihan seperti air, energi, dan tanah (Han & Kim, 2010).

Implementasi *Green Hotel* sendiri berbeda-beda tergantung pada manajemen hotel masing-masing. Hotel yang satu mungkin mengimplementasikan kegiatan

Green Hotel dengan cara menciptakan program daur ulang yang sistematis serta program penggunaan kembali linen. Sementara hotel lain mengimplementasikannya dengan cara mengurangi konsumsi energi melalui pemasangan thermostat di setiap kamar tamu hotel (Millar., et al , 2008).

Menurut (Baiquni dan Ishak, 2019), dengan mempromosikan kegiatan “hijau”, sebuah produk dapat meningkatkan pangsa pasarnya dengan memposisikan merk mereka secara unik dan berbeda jika dibandingkan dengan pesaing. Untuk mendukung pernyataan tersebut, sebuah survey yang dilakukan oleh TripAdvisor menyatakan bahwa sekitar 62% wisatawan mengkonsiderasikan masalah lingkungan ketika memutuskan untuk menginap di sebuah hotel (Bender, 2013). Indonesia, sebagai salah satu destinasi wisata di Asia Tenggara juga gencar untuk menerapkan konsep *Green Hotel* ini (Sugianto ., et al, 2017).

Beberapa contoh praktik ramah lingkungan yang dapat dilakukan oleh sebuah hotel adalah (Rahman, 2017; Yunita, 2021) :

1. Penggunaan lampu dengan teknologi efisien energi, deterjen yang aman, *shower* hemat air, produk merk lokal, pemanas dengan tenaga surya.
2. Melakukan kontribusi bermanfaat kepada lingkungan.
3. Membantu mempertahankan dan mengembangkan budaya di daerah sekitarnya.
4. Pengurangan produksi limbah padat.

Sementara kriteria yang digunakan untuk menilai *Green Hotel* di Indonesia harus mencakup 10 kriteria, yakni : penghematan dalam penggunaan lahan, energi, konsumsi air, pelayanan, penggunaan material ramah lingkungan,

kualitas udara, tata bangunan (manajemen limbah), manajemen makanan, pembelian hijau, manajemen hotel, dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) (Auliandri & Kemarahan, 2017; Kemenpar, 2013).

Sektor pariwisata telah menjadi salah satu penyumbang utama kepada devisa negara. Dilansir dari Katadata (2021), sektor pariwisata telah memberikan kontribusi yang besar pada Produk Domestik Bruto (PDB), terutama pada tahun 2019 dengan angka mencapai 4,7% dan ditargetkan dapat mencapai 10-12% di 5 sampai 10 tahun mendatang. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf, 2019), Jumlah kunjungan wisatawan dari mancanegara telah meningkat sebanyak 22,54% dengan jumlah 1.41 juta kunjungan. Jumlah ini tentu saja naik sebesar 22,54% jika dibandingkan dengan bulan Desember 2017.



Gambar 1.4 Kunjungan Bulanan Wisatawan Mancanegara 2018 vs 2017

Sumber : (Kemenparekraf, 2019)

Namun semakin padat jumlah wisatawan, maka semakin besar potensi kerusakan pada alam dan pencemaran lingkungan. Dalam rangka meminimalisir

pencemaran lingkungan yang diakibatkan oleh industri pariwisata dan perhotelan, pemerintah Indonesia telah mewajibkan setiap perusahaan industri perhotelan untuk mengolah limbah yang mereka hasilkan secara mandiri (Kurnia et al., 2020). Hal ini diatur pada Peraturan Pemerintah No. 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup yang meliputi perencanaan, pemanfaatan, pengendalian, pemeliharaan, pengawasan, dan penegakan hukum.

Sementara itu, Kementerian Pariwisata Republik Indonesia juga berusaha untuk meminimalisir pemanasan global yang di sebabkan oleh sektor pariwisata melalui Gerakan “green” (Kemenparekaf, 2020). *Association of Southeast Asian Nations* (ASEAN) mencanangkan program penghargaan yang dinamakan dengan “ASEAN Green Hotel Award” dengan harapan akan lebih banyak hotel di Indonesia yang menjalankan program *Green Hotel*. Berikut merupakan data hotel di Jakarta yang menerapkan konsep hotel ramah lingkungan (TripAdvisor, 2019)

Tabel 1.1

NAMA HOTEL	BINTANG	LOKASI
Hotel Borobudur	5	Jakarta Selatan
The Dharmawangsa	5	Jakarta Selatan
Mandarin Oriental	5	Jakarta Pusat
Mulia	5	Jakarta Pusat
Fairmont	5	Jakarta Pusat
Le Meridien	5	Jakarta Pusat
Ibis	3	Jakarta Pusat

Green Hotel di Jakarta

Sumber : Trip Advisor (2019)

Salah satu contoh praktik dari *green hotel* di Jakarta adalah Hotel Borobudur memperkenalkan konsep *ECO HOTEL* ramah lingkungan kepada konsumennya selama lebih dari 10 tahun. Selain itu, Hotel Borobudur juga pernah meraih penghargaan ASEAN Green Hotel Awards pada tahun 2014-2016 dan memenangkan nominasi salah satu hotel ter hijau se-Asia Tenggara dan Indonesia Sustainable Tourism Awards 2019 yang diselenggarakan oleh Kementerian Pariwisata Indonesia (Andriani, 2019 ; Amanda, 2019). Dilansir dari NOW! Jakarta (2019) Hotel Borobudur berkomitmen untuk mempraktikkan konservasi energi, pengelolaan limbah, dan pengelolaan air. Salah satu contohnya adalah praktik daur ulang air agar tidak ada air yang terbuang untuk meminimalisir pencemaran lingkungan . Selain itu, pihak manajemen juga memasukkan beberapa aspek ramah lingkungan dalam operasional sehari-hari, seperti penggunaan kantong plastik yang terbuat dari bahan tapioka agar mudah terurai dengan tanah, dan penggunaan lampu LED untuk menghemat energi (Britsch, 2013).

Program hotel ramah lingkungan dapat memberikan dampak positif kepada bisnis organisasi. Dari segi bisnis, penerapan konsep ini dapat meningkatkan daya saing hotel dan nilai tambah di mata konsumen. Penyebab dari peningkatan daya saing tersebut adalah gaya hidup masyarakat Indonesia yang perlahan-lahan menuju ke arah “Green Living” (Apriyono, 2017). Menurut Millar dan Baloglu (2011) praktik keberlanjutan memberikan efek yang signifikan terhadap keputusan pembelian seorang konsumen. Disisi lain, *Brand Equity* dapat dikonsiderasikan sebagai aspek terpenting di industri perhotelan (Tsai et al. 2015). *Brand Equity* hanya dapat dihasilkan oleh dan dari pelanggan, oleh karena itu konsep *brand*

equity selalu dipertimbangkan dari sisi dan perseptif konsumen (Aaker, 1991). Hotel dengan bintang yang lebih tinggi seharusnya memiliki tingkat profesionalitas yang tinggi, dan lebih mampu mempertahankan layanan berkualitas tinggi sambil berfokus pada kegiatan inovatif (Pikkemat dan Peters, 2005). Selain itu, direktur hotel berbintang tinggi cenderung membuat perubahan positif dan memanfaatkan sumber daya, teknologi, dan jasa yang baik sejalan dengan pandangan *shared value* (Karmarkar, 2004).

Saat ini, tingkat kepedulian konsumen terhadap lingkungan telah meningkat (Millar et al., 2012). Penerapan nilai lingkungan pada *green hotel* secara positif mempengaruhi keinginan konsumen untuk menginap di hotel tersebut, serta ketersediaan konsumen untuk ikut menerapkan praktik ramah lingkungan saat mereka menginap di hotel tersebut (Ching Teng et al., 2018). Pada salah satu penelitian yang dilakukan oleh Singjai et al., (2018) menyatakan bahwa hotel berbintang dapat menerapkan cara-cara inovatif dalam mewujudkan kegiatan ramah lingkungan atau *green activities*, hal ini akan menarik pelanggan yang sadar lingkungan atau bahkan turut membantu menciptakan atau memperluas keunggulan kompetitif hotel. Selain itu, kinerja sadar lingkungan yang baik dengan perwujudan pencegahan polusi dengan menggunakan sumber daya secara efektif dapat meningkatkan keuntungan dan mengurangi pengeluaran hotel. Di negara berkembang, sebuah bisnis dapat memperoleh dan mempertahankan keunggulan kompetitif mereka dengan menerapkan kegiatan ramah lingkungan (Hsiao et al., 2018).

Dari hasil studi yang sudah dipaparkan diatas mengindikasikan bahwa konsumen perlahan-lahan telah menyadari keberadaan dan kepentingan hotel ramah lingkungan. Perbedaan penelitian terdahulu dan penelitian sekarang terletak pada tujuan dan perolehan dari hasil penelitian. Penelitian terdahulu memfokuskan pada nilai yang dapat di peroleh oleh sebuah hotel ketika memimplementasikan sebuah praktik ramah lingkungan. Penelitian Hsiao et al., (2018) berfokus pada kemampuan-kemampuan yang diperlukan untuk mengimplementasikan praktik ramah lingkungan. Sementara penelitian yang dilakukan saat ini akan berfokus pada faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen, dimana difokuskan pada konsumen generasi Z untuk menyebarkan *Word of Mouth* positif terhadap hotel yang mempraktikan kegiatan ramah lingkungan atau *green hotel*.. Generasi Z merupakan kelompok masyarakat yang lahir di antara tahun 1995-2010. (Christiani, 2020). Pada penelitian kali ini, peneliti berfokus pada variabel *green hotel practice* , *customer satisfaction*, *trust*, *word of mouth*, dan dimensi dari *brand equity* (*associations*, *awareness*, *perceived quality*, *loyalty*). Perbedaan antara studi sebelumnya dengan studi sekarang adalah perilaku masyarakat berdasarkan letak geografis. Penelitian terdahulu melakukan penelitian di Valencia, Spanyol. Penelitian sekarang akan berfokus pada perilaku masyarakat generasi Z di Jakarta terhadap *Green Hotel* di Jakarta.

1.2. Masalah Penelitian

Dalam penelitian (Moise et al., 2018) terdapat masalah yang belum dipaparkan pada penelitian sebelumnya, yaitu mengenai variabel “trust” atau kepercayaan konsumen terhadap praktik ramah lingkungan yang dilakukan oleh sebuah hotel. Selain itu, pada penelitian sebelumnya menyarankan untuk memperluas jangkauan sample ke negara lain (Moise et al., 2018). Penelitian sebelumnya juga menyatakan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara variabel “association” dengan “satisfaction” pada masyarakat yang tinggal di Valencia, Spanyol (Moise et al., 2018). Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sugianto et al., (2018) menyatakan bahwa adanya pengaruh antara praktik *green hotel* di Indonesia terhadap minat beli konsumen. Beberapa praktik yang dapat dilakukan adalah : *reduce consumption, energy-saving, green product service*, dan daur ulang.

Seperti yang sudah di paparkan pada bagian latar belakang masalah, Indonesia memiliki jumlah wisatawan yang tinggi pada tiap tahunnya. Akomodasi merupakan salah satu bagian terpenting dalam penyediaan sarana pariwisata (Rahmafritria, 2014). Perhotelan merupakan salah satu bagian dari akomodasi kegiatan pariwisata. Namun, banyaknya pembangunan hotel membutuhkan perhatian penting melihat dampak negatif yang dapat mereka timbulkan (Antara, 2016).

Di Indonesia, persentase tingkat hunian kamar hotel mengalami peningkatan di setiap tahunnya. Dilansir dari data Badan Pusat Statistik (2020), jumlah hotel bintang di Jakarta mencapai 426 hotel pada tahun 2020. Sementara jumlah kamar tidur pada hotel berbintang pada tahun 2019 mencapai 55.800 kamar.

Sementara, pada survey yang dilakukan oleh Ipsos Mori (2018) dinyatakan bahwa 47% generasi Z di Amerika Serikat berhenti membeli produk dari brand favorit mereka dengan alasan pabrik dari produk tersebut tidak menghasilkan produk ramah lingkungan. Dilansir dari studi “The Youth Equation (2021), generasi Z di Indonesia cenderung tertarik untuk mendukung merk dengan tujuan yang kuat, seperti produk yang ramah lingkungan, atau inovasi produk dengan 100% terbuat dari bahan daur ulang. Dan sebanyak 45% berpindah ke merk yang lebih ramah lingkungan dan memiliki tanggung jawab sosial. Pada survey yang dilakukan oleh Booking.com di 29 pasar, menyatakan bahwa sebesar 56% Generasi Z di Indonesia memilih untuk menginap di hotel ramah lingkungan ketika sedang merencanakan perjalanan. Sebesar 63% generasi Z memilih menggunakan transportasi ramah lingkungan ketika sedang berlibur seperti mobil listrik, kendaraan umum, atau berjalan dan bersepeda (Winosa, 2019). Studi yang dilakukan oleh Han et al., (2011) menyatakan bahwa *green attitude* yang dimiliki oleh seorang konsumen dapat memiliki dampak yang signifikan dengan keinginan mereka untuk tinggal di *green hotel* tersebut. Namun, belum ada penelitian yang menyatakan bahwa apakah praktik *green hotel* yang dilakukan oleh Hotel di Jakarta akan mempengaruhi kepuasan generasi millennial terhadap hotel tersebut, serta keinginan mereka untuk menyebarkan *Word Of Mouth* positif. Oleh karena itu, peneliti akan meneliti pengaruh praktik *Green Hotel* terhadap *Brand Equity*, *Satisfaction*, *Trust*, dan *Word-of-Mouth* Generasi Z Pada Hotel di Jakarta.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan penjelasan yang sudah di paparkan di bagian latar belakang, penelitian telah menguraikan beberapa pertanyaan, diantaranya :

- a) Apakah praktik *green hotel* di Jakarta mempengaruhi secara positif terhadap *Brand Associations* konsumen Generasi Z ?
- b) Apakah praktik *green hotel* di Jakarta mempengaruhi secara positif terhadap *Brand Awareness* konsumen Generasi Z?
- c) Apakah praktik *green hotel* di Jakarta mempengaruhi secara positif terhadap *Perceived Quality* konsumen Generasi Z?
- d) Apakah praktik *green hotel* di Jakarta mempengaruhi secara positif terhadap loyalitas konsumen Generasi Z?
- e) Apakah praktik *green hotel* di Jakarta mempengaruhi secara positif *Word of Mouth* Generasi Z?
- f) Apakah praktik *green hotel* di Jakarta mempengaruhi secara positif *Customer Satisfaction* Generasi Z?
- g) Apakah praktik *green hotel* di Jakarta mempengaruhi secara positif *Trust* Generasi Z ?
- h) Apakah *Customer Satisfaction* mempengaruhi secara positif pada *Trust* Generasi Z?
- i) Apakah *Trust* mempengaruhi secara positif pada *Word-of-Mouth* Generasi Z?

1.4. Tujuan Penelitian

- a) Untuk membuktikan Apakah praktik *green hotel* di Jakarta mempengaruhi secara positif terhadap *Brand Associations* konsumen Generasi Z.
- b) Untuk membuktikan Apakah praktik *green hotel* di Jakarta mempengaruhi secara positif terhadap *Brand Awareness* konsumen Generasi Z.
- c) Untuk membuktikan Apakah praktik *green hotel* di Jakarta mempengaruhi secara positif terhadap *Perceived Quality* konsumen Generasi Z.
- d) Untuk membuktikan Apakah praktik *green hotel* di Jakarta mempengaruhi secara positif terhadap *Loyalty* konsumen Generasi Z.
- e) Untuk membuktikan Apakah praktik *green hotel* di Jakarta mempengaruhi secara positif terhadap *Customer Satisfaction* konsumen Generasi Z.
- f) Untuk membuktikan Apakah praktik *green hotel* di Jakarta mempengaruhi secara positif terhadap *Trust* konsumen Generasi Z.
- g) Untuk membuktikan Apakah praktik *green hotel* di Jakarta mempengaruhi secara positif terhadap *Word-of-Mouth* konsumen Generasi Z.
- h) Untuk membuktikan Apakah *Customer Satisfaction* mempengaruhi secara positif terhadap *Trust* konsumen Generasi Z.

- i) Untuk membuktikan Apakah *Trust* mempengaruhi secara positif terhadap *Word-of-Mouth* konsumen Generasi Z.

1.5. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini memiliki ruang lingkup yang terbatas sesuai kondisi sebagai berikut :

- a) Penelitian ini membahas mengenai Praktik *Green hotel*, *Brand Equity* (*Associations*, *Awareness*, *Perceived Quality*, *Loyalty*), *Customer Satisfaction* , *Word of Mouth*, dan *Trust* pada Generasi Z.
- b) Penelitian ini dilakukan di Jakarta, Indonesia.
- c) Responden di dalam penelitian ini terdiri atas orang-orang yang pernah menginap atau mengetahui konsep *green hotel* dengan rentang usia 11-26 Tahun.
- d) Responden merupakan Warga Negara Indonesia.
- e) Fokus pada hotel yang praktik kegiatannya ramah lingkungan di Jakarta.

1.6. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini, ada beberapa manfaat yang diuraikan sebagai berikut :

1.6.1. Manfaat Teoritis

Penelitian kali ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat dengan saran dan pertimbangan dalam menentukan strategi hotel-hotel di Jakarta yang memiliki target pasar generasi Z dalam praktik ramah lingkungan. Selain itu, untuk

mengetahui pengaruh antara praktik *Green Hotel* terhadap *Brand Equity*, *Customer Satisfaction* generasi Z, *Trust* Generasi Z, serta *Word of Mouth* Generasi Z.

1.6.2. Manfaat Akademis

Penelitian kali ini dilakukan dengan harapan dapat berkontribusi kepada ilmu pengetahuan pemasaran yang bermanfaat, serta sebagai bahan studi lanjutan dan kajian yang relevan akan Praktik *Green Hotel* di hotel Jakarta. Selain itu, diharapkan dapat mengembangkan penelitian secara luas sebagai bahan pembandingan atau referensi dalam melakukan penelitian, informasi tambahan dan bahan penelitian lanjutan bagi peneliti lain yang memiliki bidang sama.

1.7 Sistematika Penulisan

Penyusunan tugas akhir terbagi menjadi 5 bab, yakni ;

Bab I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas pendahuluan Pengaruh *Green Hotel* Terhadap *Brand Equity*, *Customer Satisfaction*, *Trust*, dan *Word-of-Mouth* Pada Generasi Z di Hotel di Jakarta, Masalah penelitian, Tujuan penelitian, dan manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini.

Bab II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi pembahasan landasan teori, yakni pengantar, *green hotel*, *associations*, *awareness*, *perceived quality*, *customer satisfaction*, *trust*, dan *word-of-mouth*, dan hipotesis penelitian.

Bab III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas data yang berhasil di kumpulkan dan digunakan, penjelasan tentang metodologi Pengaruh *Green Hotel* Terhadap *Brand Equity*, *Customer Satisfaction*, *Trust*, dan *Word of Mouth* Generasi Z pada Hotel di Jakarta.

Bab IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas hasil dari penelitian mengenai hubungan antar variabel, hasil pengujian berdasarkan data yang dikumpulkan, hasil pembahasan penelitian yang akan menjawab pertanyaan penelitian dan berakhir pada kesimpulan penelitian.

Bab V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi penyampaian penulis mengenai kesimpulan secara teoritis dan manajerial. Penulis akan memaparkan batasan penelitian yang dihadapi dan saran untuk penelitian selanjutnya.