

## **Kata Pengantar**

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat yang telah diberikan oleh-Nya, rahmat, kasi karunia dan kemurahan-Nya yang tiada akhir, serta kelancaran yang ada sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Ini.

Tugas akhir dengan judul **“PENGARUH GREEN HOTEL PRACTICE TERHADAP BRAND EQUITY, CUSTOMER SATISFACTION, TRUST, DAN WORD-OF-MOUTH GENERASI Z PADA HOTEL DI JAKARTA”** ini ditulis sebagai tujuan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Manajemen, Universitas Pelita Harapan, Tangerang. Selain itu, tugas akhir ini juga bentuk fasilitas dari proses pembelajaran dan perluasan wawasan pengetahuan.

Penulis menyadari, tanpa adanya bimbingan, dukungan, semangat, dan doa dari berbagai pihak, Tugas Akhir ini pun tidak dapat diselesaikan. Oleh karena itu melalui kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian Tugas Akhir ini, yaitu kepada :

- 1) Ibu Gracia Shinta S. Ugut, MBA., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
- 2) Ibu Vina Christina Nugroho, SE, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen.

- 3) Bapak Dr. Ir. Evo S. Hariandja, M.M, selaku Ketua Konsentrasi Marketing Retail dan Innovation Program Studi Manajemen.
- 4) Bapak Paulus Yokie Radnan, SE., M.M, selaku pembimbing Tugas Akhir. Yang telah membimbing, membagikan ilmu, serta masukkan dalam pengerjaan Tugas Akhir. Tanpa kebaikan dan dukungannya, saya tidak dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini tepat pada waktunya.
- 5) Bapak Dr. Moses L.P. Hutabarat, S.Kom., S.E., M.M., selaku Penasehat Akademik penulis.
- 6) Seluruh dosen yang telah mengajar dan membagikan ilmunya selama masa studi di Universitas Pelita Harapan.
- 7) Seluruh staff karyawan Business School yang telah membantu penulis dalam kegiatan administrasi.
- 8) Papa, Mama, Christopher, Dan Kobe tersayang yang selalu memberikan dukungan dalam berbagai bentuk mulai dari awal perkuliahan hingga proses penulisan tugas akhir berlangsung.
- 9) Kepada Gonggeng yang selalu saling membantu ketika sanggup dari masa awal hingga akhir perkuliahan, 3.5 tahun adalah waktu yang singkat namun mereka seperti keluarga dan mengisi hari-hari perkuliahanku dengan canda, tawa, dan keceriaan, suka maupun duka. Kepada Felivana, Feliana, Cia, Viani, Christie, Jennifer, Devina, dan Shania terimakasih.
- 10) Kepada teman-temanku Eileen, Flonetta, dan Aradi yang selalu menemani, menghibur, dan mewarnai kehidupanku sehingga memberikan semangat ketika masa penulisan tugas akhir ini berlangsung.

11) Seluruh teman-teman dari jurusan Manajemen saya dari awal, hingga penjurusan *marketing* yang selalu menemani saya.

12) Seluruh teman-teman yang sudah meluangkan waktu untuk menjadi responden dari penelitian ini melalui *LINE*, *whatsapp*, dan *Instagram*.

13) Para pembaca dan pihak yang tidak bisa disebut satu persatu.

Akhir kata, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada pembaca. Jika ada kesalahan dalam penelitian ini, sekiranya dapat memberikan kritik dan saran kepada peneliti. Untuk kritik dan saran jika terdapat kesalahan dalam penelitian ini akan diterima secara terbuka. Oleh karena itu, kritik dan saran pembaca akan sangat bermanfaat bagi penulis. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak.

Jakarta,

Vanessa Amabel

## DAFTAR ISI

### BAB I PENDAHULUAN

<b>1.1 Latar Belakang Penelitian.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Masalah Penelitian.....</b>	<b>13</b>
<b>1.3 Pertanyaan Penelitian.....</b>	<b>15</b>
<b>1.4 Tujuan Penelitian.....</b>	<b>16</b>
<b>1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....</b>	<b>17</b>
<b>1.6 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>17</b>
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	17
1.6.2 Manfaat Akademis.....	18
<b>1.7 Sistematika Penulisan.....</b>	<b>18</b>

### BAB II LANDASAN TEORI

<b>2.1 <i>Green Hotel</i>.....</b>	<b>20</b>
<b>2.2 <i>Brand</i>.....</b>	<b>23</b>
<b>2.3 <i>Brand Equity</i>.....</b>	<b>25</b>
2.3.1 Brand Associations.....	26
2.3.2 Brand Awareness.....	26

2.3.3 <i>Perceived Quality</i> .....	27
2.3.4 <i>Loyalty</i> .....	28
<b>2.4 Customer Satisfaction.....</b>	<b>28</b>
<b>2.5 Word-of-Mouth.....</b>	<b>30</b>
<b>2.6 Trust.....</b>	<b>31</b>
<b>2.7 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>32</b>
<b>2.8 Hubungan Antara Variabel Penelitian.....</b>	<b>37</b>
2.8.1 Green Hotel Practice dan Brand Equity.....	37
2.8.2 Green Hotel Practice dan Customer Satisfaction.....	41
2.8.3 Brand Equity dan Customer Satisfaction.....	42
2.8.4 Green Hotel Practice dan Trust.....	45
2.8.5 Green Hotel Practice dan Word-of-Mouth.....	46
2.8.6 Customer Satisfaction dan Trust.....	47
2.8.7 Trust dan Word-of-Mouth.....	49
<b>2.9 Model Penelitian.....</b>	<b>50</b>

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

<b>3.1 Paradigma Penelitian.....</b>	<b>52</b>
<b>3.2 Penelitian Kuantitatif.....</b>	<b>54</b>

<b>3.3 Desain Penelitian.....</b>	<b>55</b>
<b>3.4 Objek dan Subjek Penelitian.....</b>	<b>57</b>
<b>3.5 Unit Analisis.....</b>	<b>58</b>
<b>3.6 Pengukuran Variabel.....</b>	<b>59</b>
<b>3.7 Populasi dan Sampel.....</b>	<b>63</b>
<b>3.8 Teknik Pembuatan Kuesioner.....</b>	<b>64</b>
<b>3.9 Skala Pengukuran.....</b>	<b>74</b>
<b>3.10 Metode Pengumpulan Data.....</b>	<b>76</b>
<b>3.11 Etika Dalam Pengumpulan Data.....</b>	<b>77</b>
<b>3.12 Metode Analisis Data .....</b>	<b>79</b>
3.12.1 Statistik Deskriptif.....	79
3.12.2 Statistik Inferensial .....	80
<b>3.13 Goodness of the Data.....</b>	<b>81</b>
3.13.1 Reliabilitas.....	81
3.13.2 Validitas.....	82
<b>3.14 Structural Equation Model (SEM) .....</b>	<b>84</b>
<b>3.15 Partial Least Square (PLS) .....</b>	<b>86</b>
<b>3.16 Goodness of Fit.....</b>	<b>91</b>

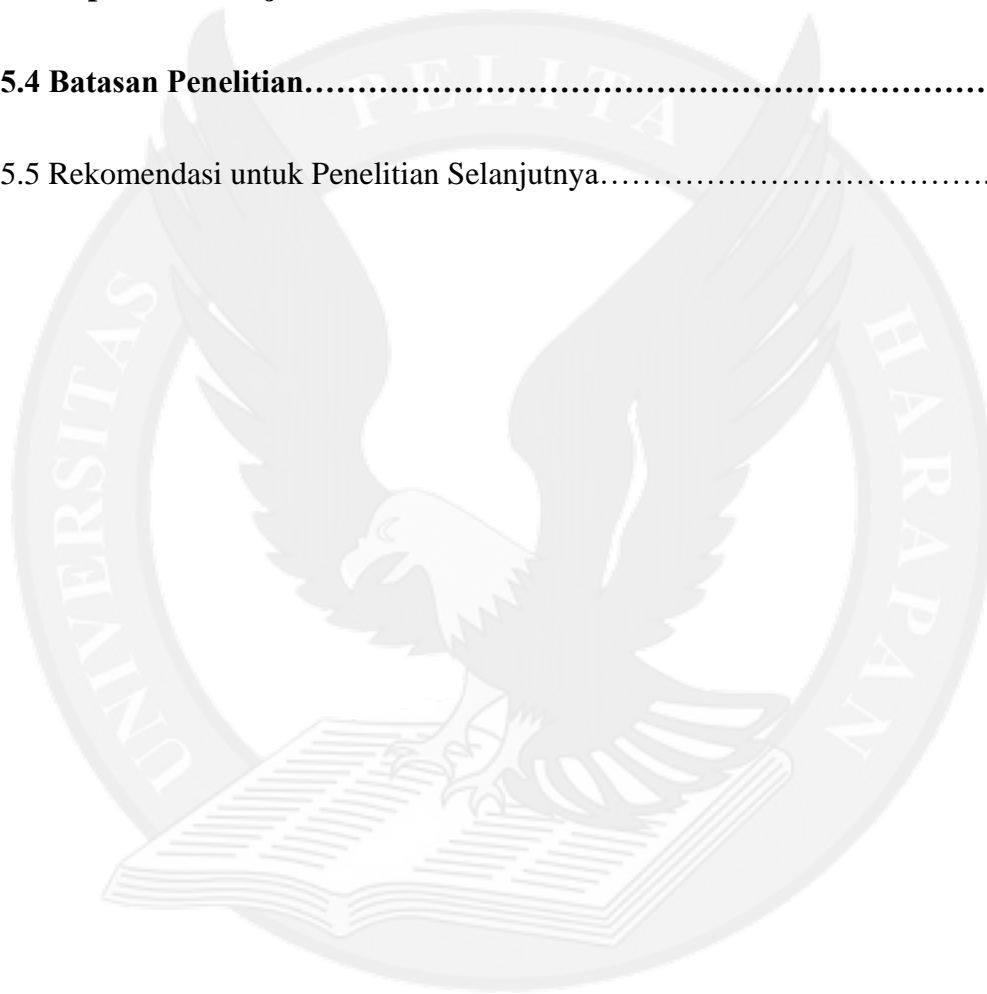
<b>3.17 Pengujian Awal .....</b>	<b>93</b>
3.17.1 Reliability Pre-Test Result.....	94
3.17.2 Validity Pre-Test Result .....	96
3.17.2.1 Convergent Validity Pre-Test Result.....	96
3.17.2.2 Discriminant Validity Pre-Test Result.....	103
 <b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
 <b>4.1 Profil Responden.....</b>	<b>106</b>
4.1.1 Jenis Kelamin.....	106
4.1.2 Usia.....	107
4.1.3 Domisili.....	108
4.1.4 Pekerjaan.....	109
4.1.5 Frekuensi Menginap ke Hotel.....	110
 <b>4.2 Pengujian Awal.....</b>	<b>111</b>
4.2.1 Statistik Deskriptif.....	112
4.2.1.1 Green Hotel Practice.....	112
4.2.1.2 Brand Awareness.....	113
4.2.1.3 Brand Associations.....	114
4.2.1.4 Perceived Quality.....	115

4.2.1.5 Customer Satisfaction.....	116
4.2.1.6 Trust.....	117
4.2.1.7 Word-of-Mouth .....	117
4.2.2 Statistik Inferensial .....	118
4.2.2.1 Validitas Konvergen – Pengujian Aktual (I).....	119
4.2.2.2 Validitas Diskriminan – Pengujian Aktual (I) .....	122
4.2.2.3 <i>Common Method Bias</i> – Pengujian Aktual (I) .....	123
4.2.2.4 Reliability Result .....	127
4.2.2.5 Validitas Konvergen – Pengujian Aktual (final).....	128
4.2.2.6 Validitas Diskriminan – Pengujian Aktual (final).....	130
4.2.2.7 <i>Common Method Bias</i> – Pengujian Aktual (final).....	131
4.2.2.8 Outer Model.....	133
4.2.2.9 Nilai R <sup>2</sup> dan Q <sup>2</sup> .....	134
<b>4.3 Goodness of Fit.....</b>	<b>136</b>
<b>4.4 Uji Hipotesis.....</b>	<b>137</b>
<b>4.5 Inner Model.....</b>	<b>146</b>
<b>4.6 Pembahasan Hipotesis.....</b>	<b>147</b>
<b>4.7 Perbedaan antara Penelitian Sebelumnya dengan Penelitian Saat Ini...153</b>	



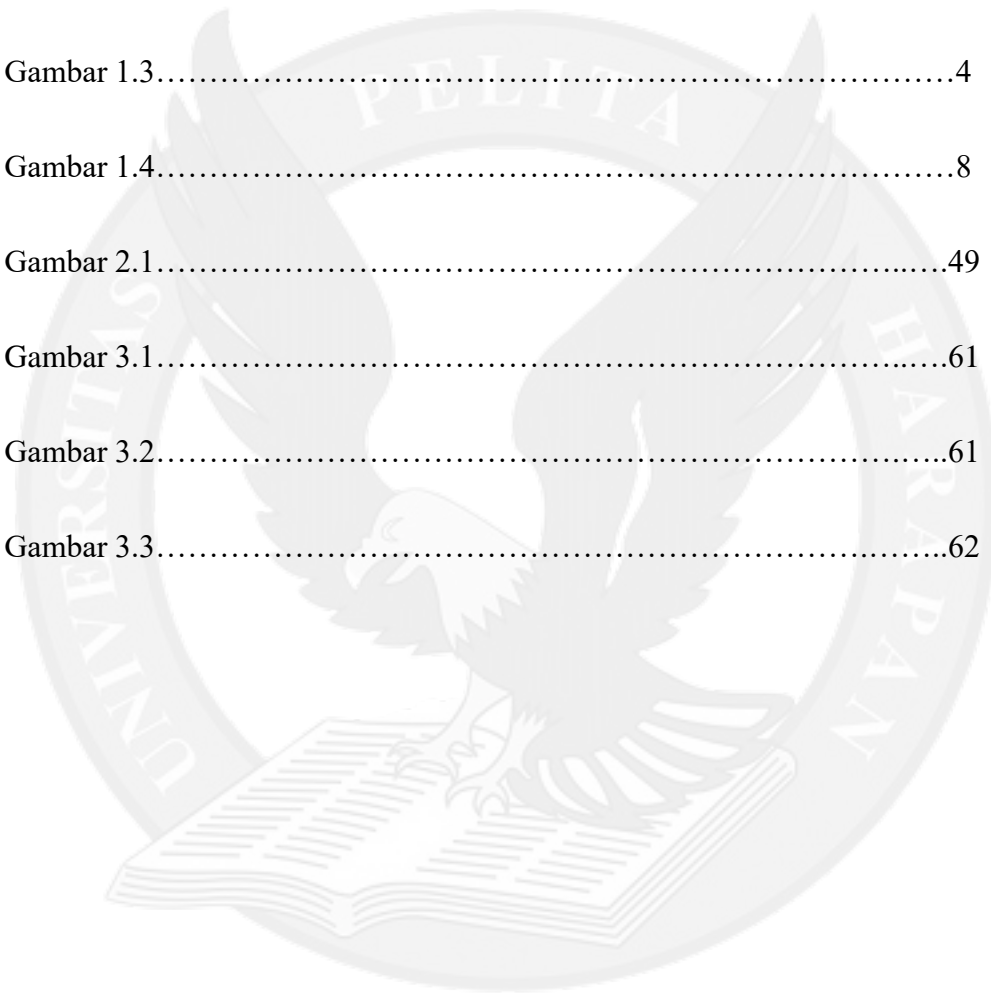
## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

<b>5.1 Kesimpulan.....</b>	<b>156</b>
<b>5.2 Implikasi Teoritis.....</b>	<b>159</b>
<b>5.3 Implikasi Manajerial.....</b>	<b>160</b>
<b>5.4 Batasan Penelitian.....</b>	<b>162</b>
<b>5.5 Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya.....</b>	<b>162</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.....	1
Gambar 1.2.....	3
Gambar 1.3.....	4
Gambar 1.4.....	8
Gambar 2.1.....	49
Gambar 3.1.....	61
Gambar 3.2.....	61
Gambar 3.3.....	62



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Green Hotel di Jakarta.....	9
Tabel 3.2 Tabel DKDO.....	75
Tabel 3.3 Pre-test Cronbach's Alpha.....	93
Tabel 3.4 Pre-test Composite Reliability.....	94
Tabel 3.5 Validitas Konvergen <i>Green Hotel Practice</i> .....	96
Tabel 3.6 Validitas Konvergen <i>Brand Association</i> .....	97
Tabel 3.7 Validitas Konvergen <i>Brand Awareness</i> .....	98
Tabel 3.8 Validitas Konvergen <i>Perceived Quality</i> .....	98
Tabel 3.9 Validitas Konvergen <i>Loyalty</i> .....	99
Tabel 3.10 Validitas Konvergen <i>Customer Satisfaction</i> .....	100
Tabel 3.11 Validitas Konvergen <i>Trust</i> .....	111
Tabel 3.12 Validitas Konvergen <i>Word-of-</i> <i>Mouth</i> .....	101
Tabel 3.13 AVE Validitas Konvergen.....	101

Tabel 3.14 Pre-test	
HTMT.....	103
Tabel 4.1 Persentase Jenis Kelamin.....	106
Tabel 4.2 Persentase Usia.....	107
Tabel 4.3 Persentase	
Domisili.....	107
Tabel 4.4 Persentase	
Pekerjaan.....	108
Tabel 4.5 Persentase Frekuensi Menginap ke	
Hotel.....	109
Tabel 4.6.1 Statistik Deskriptif <i>Green Hotel</i>	
<i>Practice</i> .....	111
Tabel 4.6.2 Statistik Deskriptif <i>Brand</i>	
<i>Awareness</i> .....	112
Tabel 4.6.3 Statistik Deskriptif <i>Brand</i>	
<i>Association</i> .....	113
Tabel 4.6.4 Statistik Deskriptif	
<i>Loyalty</i> .....	114
Tabel 4.6.5 Statistik Deskriptif <i>Perceived</i>	
<i>Quality</i> .....	115

Tabel 4.6.6 Statistik Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i> .....	115
Tabel 4.6.7 Statistik Deskriptif <i>Trust</i> .....	116
Tabel 4.6.8 Statistik Deskriptif <i>Word-of-Mouth</i> .....	117
Tabel 4.7 Validitas Konvergen.....	118
Tabel 4.8 Validitas Konvergen (AVE).....	120
Tabel 4.9 Validitas Diskriminan (HTMT).....	122
Tabel 4.10 Outer VIF.....	123
Tabel 4.11 Inner VIF.....	125
Tabel 4.12 Cronbach's Alpha.....	126
Tabel 4.13 Validitas Konvergen (final).....	127

Tabel 4.14 Validitas Konvergen AVE (final).....	129
Tabel 4.15 Validitas Diskriminan HTMT (final).....	130
Tabel 4.16 Outer VIF.....	130
Tabel 4.17 Inner VIF.....	131
Tabel 4.18 Nilai $R^2$ dan $Q^2$ .....	135
Tabel 4.19 Goodness of Fit.....	136
Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis.....	137
Tabel 4.21 Perbedaan Penelitian.....	153

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUESIONER.....	172
LAMPIRAN B MODEL PRELIMINARY TEST .....	180
LAMPIRAN C PRELIMINARY TEST MEASUREMENT MODEL.....	182
LAMPIRAN D ACTUAL TEST RUNNING 2,3,4.....	187
LAMPIRAN E ACTUAL TEST STRUCTURAL MODEL.....	195