

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *digital green marketing campaigns* dan *tourist environmental beliefs* terhadap *revisit intention to green tourism*, dengan mempertimbangkan peran *tourist pro-environmental behavior* sebagai variabel mediasi. Pendekatan yang digunakan adalah *Theory of Planned Behavior* (TPB). Penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan wisatawan yang mengunjungi destinasi Konservasi Penyu Pantai Kembar Terpadu. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *digital green marketing campaigns* dan *tourist environmental beliefs* berpengaruh positif terhadap *tourist pro-environmental behavior*, *tourist environmental beliefs* juga berpengaruh secara langsung terhadap variabel *revisit intention to green tourism*, namun variabel *digital green marketing campaigns* tidak memiliki pengaruh secara langsung terhadap *revisit intention to green tourism*. Variabel pemediasi yaitu *tourist pro-environmental behavior* terbukti mampu memediasi hubungan antara *digital green marketing campaigns* dan *tourist environmental beliefs* terhadap *revisit intention to green tourism*. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun kampanye digital dapat meningkatkan kesadaran lingkungan, hal tersebut tidak secara langsung mendorong niat untuk berkunjung kembali. Sebaliknya, keyakinan lingkungan wisatawan dan perilaku pro-lingkungan terbukti berpengaruh positif terhadap *revisit intention*. Penelitian ini memberikan implikasi penting bagi pengelola pariwisata hijau dalam merancang strategi promosi dan pengelolaan perilaku wisatawan yang lebih efektif dan berkelanjutan.

Kata kunci: *digital green marketing, environmental beliefs, pro-environmental behavior, revisit intention, green tourism*

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of digital green marketing campaigns and tourists' environmental beliefs on revisit intention to green tourism, by considering the role of tourist pro-environmental behavior as a mediating variable. The approach used is the Theory of Planned Behavior (TPB). The study involved 100 respondents who were tourists visiting the Integrated Twin Beach Turtle Conservation destination. The sampling technique used was convenience sampling. Data analysis was conducted using SPSS version 26.

The results show that digital green marketing campaigns and tourists' environmental beliefs have a positive effect on tourist pro-environmental behavior. Tourists' environmental beliefs also have a direct effect on revisit intention to green tourism. However, digital green marketing campaigns do not have a direct effect on revisit intention to green tourism. The mediating variable, tourist pro-environmental behavior, is proven to mediate the relationship between digital green marketing campaigns and tourists' environmental beliefs with revisit intention to green tourism. These findings indicate that although digital campaigns can raise environmental awareness, they do not directly drive revisit intention. Conversely, tourists' environmental beliefs and pro-environmental behavior have a significant positive influence on revisit intention. This study provides important implications for green tourism managers in designing more effective and sustainable promotion strategies and managing tourist behavior.

Keywords: digital green marketing, environmental beliefs, pro-environmental behavior, revisit intention, green tourism, theory of planned behavior.

HALAMAN MOTTO

Man jadda wajada

Artinya: "Barang siapa bersungguh-sungguh, maka ia akan berhasil."



HALAMAN PERSEMBAHAN

Atas izin Allah SWT penulis dapat menyelesaikan karya tulis ini sebagai syarat kelulusan jenjang pendidikan Strata 1 (S1). Penulis tidak sendirian dalam menyusun hasil penelitiain ini. Ada banyak pihak yang berkontribusi sehingga karya tulis ini dapat selesai. Laporan hasil penelitian ini penulis persembahkan kepada:

1. Bapak dan Ibu yang senantiasa memberikan dukungan tenaga dan doa.
2. Suami saya yang senantiasa memberikan dukungan dan pengertian.
3. Bapak/ Ibu Dosen serta civitas akademika Universitas Putra Bangsa yang telah membagikan ilmu, senantiasa memberikan semangat serta inspirasi dari awal perkuliahan hingga saya selesai menyusun skripsi ini.
4. Sahabat serta teman-teman yang senantiasa memberikan motivasi dan membantu hingga saya selesai menyusun Skripsi ini.
5. Saya sendiri yang sudah bekerja keras dan berjuang sejauh ini yang tidak pernah putus asa dan menyerah menghadapi kesulitan apapun selama proses perkuliahan dan menyusun skripsi ini, sehingga dapat diselesaikan dengan baik dan semaksimal mungkin.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur kehadiran Allah Yang Maha Kuasa yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul ***Pengaruh Digital Green Marketing Campaign dan Tourist Environmental Belief terhadap Revisit Intention To Green Tourism dengan Tourist Pro-environmental Behavior sebagai Variabel Mediasi*** (studi pada wisatawan Konservasi Penyu Pantai Kembar Terpadu).

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Manajemen pada program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa. Skripsi merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang diperoleh di bangku kuliah dengan kehidupan nyata khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis telah bersungguh-sungguh dengan segala kemampuannya mengerjakan skripsi ini untuk memenuhi syarat kelulusan serta untuk mengimplementasikan ilmu yang telah penulis dapatkan selama mengikuti kegiatan perkuliahan di Universitas Putra Bangsa tentunya banyak kesulitan-kesulitan yang penulis alami namun telah dapat penulis atasi berkat bimbingan dan petunjuk dari Dosen Pembimbing, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporana ini.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang membantu serta memberikan dukungan selama pengerjaan skripsi ini, terutama kepada:

1. Bapak Dr. Sulis Riptiono, S.E., M., M., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktunya memberikan arahan, bimbingan, motivasi dan senantiasa memberikan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Kedua orang Tua penulis yaitu Bapak Khoerulloh Nasution dan Ibu Suryati yang senantiasa memberikan dukungan yang luar biasa serta doa kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
3. Suami saya Tri Wahyu Noto Riyanto yang sudah memberikan Ridho, dukungan serta pengertian yang luar biasa selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Segenap dosen dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa yang telah memberikan ilmu dan dukungan selama proses belajar.
5. Teman-teman MJWA yang selalu memberikan semangat dan dorongan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini
6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang turut membantu terselesaikannya skripsi ini

Semoga Allah senantiasa memberikan keberkahan dan pahala kepada seluruh pihak yang sudah membantu dan memberikan dorongan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan

jauh dari kata sempurna. Semoga dengan terselesaikannya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Kebumen, 29 April 2025

Penulis



Sri Endah Basito Asri Nasution

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	13
1.3. Bagaimana Batasan Masalah	14
1.4. Tujuan Penelitian	17
1.5. Manfaat Penelitian	18
BAB II.....	20
KAJIAN PUSTAKA.....	20

2.1.	Tinjauan Teori.....	20
2.1.1.	<i>Revisit Intention to Green Tourism</i>	20
2.1.2.	<i>Digital Green Marketing Campain</i>	22
2.1.3.	<i>Tourist Environmental Belief</i>	27
2.1.4.	<i>Touirst Pro- Environmental Behavior</i>	31
2.2.	Penelitian Terdahulu	33
2.3.	Hubungan Antar Variabel	41
2.3.1.	Hubungan antara <i>Digital Green Marketing Campaigns</i> terhadap <i>Tourist Pro-Environmental Behavior</i>	41
2.3.2.	Hubungan antara <i>Digital Green Marketing Campaigns</i> terhadap <i>Revisit Intention To Green Tourism</i>	42
2.3.3.	Hubungan Antara <i>Tourist Environmental Beliefs</i> dengan <i>Tourist Environmtal Behavior</i>	43
2.3.4.	Hubungan antara <i>Tourist Environmetal Belief</i> terhadap <i>Revisit Intention</i> 43	
2.3.5.	Hubungan <i>Digital Green Marketing, Environmental Pro- Environmental Behavior</i> dan <i>Revisit Intention To Green Tourism</i>	44
2.3.6.	Hubungan <i>Tourist Environmental Belief, Touris Pro- Environmental Behavior</i> dan <i>Revisit Intention to green tourism</i>	45
2.3.7.	Hubungan <i>Tourist Pro-Environmental Behavior</i> dengan <i>Revisit Intention To Green Tourism</i>	45

2.4.	Model Empiris.....	47
2.5.	Hipotesis.....	47
BAB III		50
METODE PENELITIAN.....		50
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	50
3.1.1.	Objek Penelitian	50
3.1.2.	Subjek Penelitian.....	50
3.2.	Variabel Penelitian	51
3.3.	Definisi Operasional Variabel.....	52
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	56
3.5.	Data dan Teknik Pengupulan Data.....	57
3.5.1.	Data	57
3.5.2.	Teknik Pengumpulan data.....	58
3.6.	Populasi dan Sampel	59
3.7.	Teknik Analisis	61
3.7.1.	Analisis Deskriptif	61
3.7.2.	Analisis Statistik	61
BAB IV		76
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		76
4.1.	Analisis Deskriptif	76

4.1.1.	Gambaran Umum Konservasi Penyu Pantai Kembar Terpadu.....	76
4.1.2.	Gambaran Umum Responden	77
4.2.	Analisis Statistik	83
4.2.1.	Uji Validitas	83
4.2.2.	Uji Reliabilitas	86
4.2.3.	Uji Asumsi Klasik.....	87
4.2.4.	Uji Hipotesis	93
4.3.	Pembahasan.....	107
BAB V.....		116
SIMPULAN		116
5.1.	Simpulan	116
5.2.	Keterbatasan Peneletian	118
5.3.	Implikasi.....	119
5.3.1.	Implikasi Teoritis	119
5.3.2.	Implikasi Praktis	122
DAFTAR PUSTAKA		125
LAMPIRAN.....		129

DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Jumlah Pengunjung Pariwisata di Indonesia	1
Tabel I- 2 Tabel Jumlah Pengunjung Konservasi Penyu Pantai Kembar Terpadu .	3
Tabel I- 3 Faktor yang Mempengaruhi Niat Berkunjung Ulang.....	9
Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu	40
Tabel III- 1 Definisi Operasional Niat Kunjung Ulang	53
Tabel III- 2 Definisi Operasional <i>Tourist Pro-Environmental Behavior</i>	54
Tabel III- 3 Indikator Digital Green Marketing Campaigns	55
Tabel III- 4 Indikator Tourist Environmental Belies	56
Tabel IV- 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
Tabel IV- 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	78
Tabel IV- 3 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	79
Tabel IV- 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	80
Tabel IV- 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat.....	81
Tabel IV- 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan	83
Tabel IV- 7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Digital Green Marketing Campaigns</i> ..	84
Tabel IV- 8 Hasil Uji Validitas Variabel Tourist Environemntal Beliefs.....	85
Tabel IV- 9 Hasil Uji Validitas Variabel Tourist Pro-Environmenetal Behavior.	85
Tabel IV- 10 Hasil Uji Analisis Vaiabel Revisit Intention To Green Tourism	86
Tabel IV- 11 Hasil Uji Reliabilitas	87
Tabel IV- 12 Hasil Uji Multikolineraritas Substruktural 1	88
Tabel IV- 13 Hasil Uji Multikolinearitas Subtruktural 2	89
Tabel IV- 14 Hasil Uji Parsial (Uji t) Substruktural 1	93

Tabel IV- 15 Hasil Uji Parsial (Uji t) Substruktural 2	95
Tabel IV- 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi Substruktural 1	98
Tabel IV- 17 Hasil uji Koefisien Determinasi Substruktural 2.....	99
Tabel IV- 18 Hasil Uji Analisis Korelasi.....	100
Tabel IV- 19 Hasil Uji Koefisien Jalur Substruktur 1	101
Tabel IV- 20 Hasil Uji Koefisien Jalur Substruktural 2.....	102



DAFTAR GAMBAR

Gambar II- 1 Model Empiris.....	47
Gambar IV- 1 Hasil Uji Heterokedastisitas Substruktural 1	90
Gambar IV- 2 Hasil Uji Heterokedastisitas Substruktural 2.....	90
Gambar IV- 3 Hasil Uji Normalitas Substruktural 1	92
Gambar IV- 4 Hasil Uji Normalitas Substruktural 2	92
Gambar IV- 5 Hasil Uji Sobel Substruktural 1.....	97
Gambar IV- 6 Hasil Uji Sobel Substruktural 2.....	98



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian	129
Lampiran II Data Responden	133
Lampiran III Tabulasi Data Kuisisioner	137
Lampiran IV Uji Validitas	142
Lampiran V Hasil Uji Reliabilitas.....	147
Lampiran VI Hasil Uji Asumsi Klasik.....	148
Lampiran VII Hasil Uji Hipotesis.....	152
Lampiran VIII Hasil Analisis Jalur.....	154
Lampiran Lampiran IX Hasil Uji Sobel Test.....	156
Lampiran X Tabel r.....	157
Lampiran XI Tabel t.....	159
Lampiran XII Kartu Seminar	163
Lampiran XIII Kartu Bimbingan	164