



Pengaruh Green Hotel Management terhadap Keputusan Menginap Kembali di Gran Melia Jakarta

Vico Tanuwijaya¹, Sofiani²

^{1,2}Universitas Bunda Mulia, Indonesia

E-mail: s19210179@student.ubm.ac.id

Article Info	Abstract
Article History Received: 2025-06-10 Revised: 2025-07-20 Published: 2025-08-01	<p>This research aims to analyze the influence of Green Hotel Management on repeat stay decisions among guests at Hotel Gran Melia Jakarta. In an era of increasing environmental awareness, the concept of environmentally friendly hotels has become one of the factors considered by consumers when choosing accommodation. Based on this background, this research employs a descriptive quantitative approach with survey techniques through questionnaire distribution to 100 hotel guest respondents. The quantitative method is used to measure relationships between variables objectively through systematic statistical processes. The research instrument was constructed based on a 5-point Likert scale and tested for validity and reliability before data collection was conducted. From the obtained data, analysis was performed using simple linear regression to examine the influence of Green Hotel Management on repeat stay decisions. The research results show that Green Hotel Management significantly influences guests' decisions to stay again, indicated by a coefficient of determination (R^2) value of 0.428 or 42.8%. Repeat stay decisions can be explained by green management practices by 42.8%, while 57.2% is influenced by other factors such as price, location, brand image, and online reviews. Therefore, these findings reinforce the importance of integrating sustainability values into hotel management strategies to enhance customer loyalty and business competitiveness. This research provides practical contributions for hotel management as well as academic contributions in enriching literature regarding consumer behavior in the sustainability-based hospitality sector.</p>
Keywords: <i>Hotel;</i> <i>Green Management;</i> <i>Stay Decision.</i>	

Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2025-06-10 Direvisi: 2025-07-20 Dipublikasi: 2025-08-01	<p>Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh <i>Green Hotel Management</i> terhadap keputusan menginap kembali pada tamu Hotel Gran Melia Jakarta. Dalam era meningkatnya kesadaran lingkungan, konsep hotel ramah lingkungan menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih akomodasi. Latar belakang tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan teknik survei melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden tamu hotel. Metode kuantitatif digunakan untuk mengukur hubungan antar variabel secara objektif melalui proses statistik yang sistematis. Instrumen penelitian disusun berdasarkan skala Likert 5 poin dan diuji validitas serta reliabilitasnya sebelum pengumpulan data dilakukan. Dari data yang diperoleh, analisis dilakukan menggunakan uji regresi linear sederhana untuk menguji pengaruh <i>Green Hotel Management</i> terhadap keputusan menginap kembali. Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Green Hotel Management</i> berpengaruh signifikan terhadap keputusan tamu untuk menginap kembali, ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,428 atau 42,8%. Keputusan menginap kembali dapat dijelaskan oleh praktik manajemen hijau sebesar 42,8%, sementara 57,2% dipengaruhi oleh faktor lain seperti harga, lokasi, citra merek, dan ulasan online. Dengan demikian, temuan ini memperkuat pentingnya integrasi nilai-nilai keberlanjutan dalam strategi pengelolaan hotel untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan daya saing bisnis. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi manajemen hotel serta kontribusi akademik dalam memperkaya literatur mengenai perilaku konsumen di sektor hospitality berbasis keberlanjutan.</p>
Kata kunci: <i>Hotel;</i> <i>Green Manajemen;</i> <i>Keputusan Menginap.</i>	

I. PENDAHULUAN

Meningkatnya kesadaran global terhadap isu-isu lingkungan telah mendorong berbagai sektor industri, termasuk industri perhotelan, untuk menerapkan praktik-praktik berkelanjutan.

Industri perhotelan dikenal sebagai sektor dengan tingkat konsumsi energi dan air yang tinggi, sehingga memerlukan langkah konkret dalam mengurangi dampak ekologis. Konsep *green hotel* hadir sebagai solusi strategis dalam

menjawab tantangan tersebut, melalui penerapan prinsip-prinsip ramah lingkungan seperti efisiensi penggunaan energi, daur ulang sumber daya, pengurangan limbah, serta penerapan pembangunan yang berorientasi pada keberlanjutan. Praktik ini tidak hanya bertujuan untuk melindungi lingkungan, tetapi juga dapat menjadi strategi bisnis yang menciptakan nilai tambah dan memperkuat posisi kompetitif hotel dalam industri yang semakin kompetitif.

Hotel Gran Melia Jakarta merupakan salah satu hotel bintang lima yang telah menerapkan pendekatan keberlanjutan dalam operasionalnya. Sejumlah kebijakan telah diterapkan, mulai dari sistem efisiensi energi, penggunaan perangkat hemat air, hingga desain bangunan yang mendukung prinsip-prinsip ramah lingkungan. Meskipun berbagai inisiatif telah dijalankan, masih terbatas kajian yang secara khusus mengkaji sejauh mana penerapan *Green Hotel Management* berdampak terhadap perilaku konsumen, terutama dalam konteks keputusan untuk melakukan kunjungan ulang atau menginap kembali.

Keputusan menginap kembali merupakan salah satu bentuk loyalitas pelanggan yang mencerminkan tingkat kepuasan dan persepsi nilai yang dirasakan selama pengalaman menginap sebelumnya. Dengan demikian, penting untuk mengevaluasi apakah upaya-upaya keberlanjutan yang dilakukan hotel berkontribusi terhadap pembentukan niat pelanggan untuk kembali menginap. Penelitian ini dilakukan untuk mengukur pengaruh implementasi *Green Hotel Management* yang meliputi aspek manajemen energi, konservasi air, pengelolaan limbah, desain ramah lingkungan, dan inovasi berkelanjutan terhadap keputusan tamu dalam memilih kembali Hotel Gran Melia Jakarta sebagai tempat menginap.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif dengan metode survei, yang ditujukan untuk mengetahui serta menganalisis hubungan antara *Green Hotel Management* sebagai variabel bebas (X) dan keputusan menginap kembali sebagai variabel terikat (Y). Rancangan penelitian yang digunakan bersifat deskriptif asosiatif, yaitu bertujuan untuk menjelaskan pengaruh antara kedua variabel berdasarkan data yang diperoleh dari responden.

Populasi dalam studi ini mencakup seluruh tamu yang menginap di Hotel Gran Melia Jakarta selama tahun 2024, dengan jumlah total sebesar 42.660 orang. Jumlah sampel ditentukan

menggunakan rumus Slovin dengan toleransi kesalahan sebesar 10%, sehingga diperoleh 100 responden. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara purposive sampling, yakni dengan memilih responden yang pernah menginap di hotel dan memahami konsep hotel ramah lingkungan.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner tertutup yang disusun berdasarkan skala Likert 1 sampai 5, dengan indikator yang mengacu pada masing-masing variabel penelitian. Sebelum disebarkan kepada responden, kuesioner tersebut telah melalui uji validitas dan reliabilitas guna memastikan bahwa instrumen yang digunakan benar-benar layak dan akurat dalam mengukur variabel yang dimaksud. Sejalan dengan penelitian Hari Iskandar (2020), penggunaan metode kuesioner tertutup dalam pendekatan kuantitatif dinilai efektif dalam menangkap persepsi dan sikap konsumen terhadap implementasi strategi ramah lingkungan di sektor perhotelan.

Analisis data dilakukan dengan teknik regresi linear sederhana untuk menguji pengaruh antara variabel independen dan dependen. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan software SPSS versi terbaru. Sebelum uji regresi dilakukan, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik, yakni uji normalitas dan linearitas, untuk memastikan bahwa data memenuhi syarat analisis. Sejalan dengan pernyataan Hartono dan Wijaya (2022), keberhasilan strategi hotel berkelanjutan sangat bergantung pada kemampuan hotel dalam menggabungkan prinsip-prinsip ramah lingkungan dengan pelayanan berkualitas yang dapat dirasakan langsung oleh tamu.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Hasil Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana pengaruh *Green Hotel Management* terhadap keputusan menginap kembali di Hotel Gran Melia Jakarta. Melalui pendekatan regresi linear sederhana terhadap data yang dikumpulkan dari 100 responden, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan secara statistik antara penerapan manajemen hotel berbasis keberlanjutan dengan keputusan tamu untuk melakukan kunjungan ulang. Artinya, semakin baik penerapan *Green Hotel Management* di suatu hotel, maka semakin tinggi pula kecenderungan tamu untuk kembali menginap di hotel tersebut.

Koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,428 mengindikasikan bahwa 42,8% variasi dalam keputusan tamu untuk menginap kembali dapat dijelaskan oleh variabel Green Hotel Management. Sementara itu, sebesar 57,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam studi ini, seperti harga, lokasi, kualitas pelayanan, reputasi hotel, promosi, dan ulasan pelanggan secara daring.

B. Pembahasan

Meski pengaruh Green Hotel Management tidak sepenuhnya dominan, kontribusinya yang cukup besar menegaskan bahwa aspek keberlanjutan telah menjadi salah satu pertimbangan utama dalam perilaku konsumen perhotelan masa kini. Temuan ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Sofiani (2019), yang menyatakan bahwa kesadaran terhadap isu lingkungan hidup berperan dalam membentuk preferensi konsumen terhadap produk dan jasa yang mendukung keberlanjutan. Dalam konteks Gran Melia Jakarta, penerapan prinsip-prinsip hotel hijau—seperti efisiensi energi, konservasi air, dan pengelolaan limbah—telah membentuk persepsi positif di kalangan tamu. Persepsi tersebut mendorong terbentuknya niat untuk melakukan kunjungan ulang, sebagai bentuk apresiasi terhadap komitmen hotel terhadap kelestarian lingkungan.

Lebih jauh lagi, hasil ini diperkuat oleh pendapat Rendy, S (2021) yang menyatakan bahwa keberhasilan strategi green hotel tidak hanya terletak pada pelaksanaan program teknis semata, tetapi juga pada bagaimana nilai-nilai keberlanjutan tersebut diintegrasikan ke dalam pengalaman pelanggan secara menyeluruh. Ketika hotel mampu menghadirkan suasana menginap yang bukan hanya nyaman tetapi juga selaras dengan nilai-nilai lingkungan, maka akan terbentuk keterikatan emosional antara tamu dan brand hotel. Hal ini berkontribusi pada peningkatan loyalitas dan kecenderungan untuk memilih hotel yang sama pada masa mendatang.

Selain itu, temuan ini menunjukkan bahwa implementasi Green Hotel Management memiliki dampak yang bersifat strategis dalam jangka panjang. Tidak hanya berdampak pada efisiensi operasional dan pencitraan perusahaan, tetapi juga berkontribusi terhadap penciptaan hubungan berkelanjutan antara hotel dan pelanggan.

Oleh karena itu, penguatan program keberlanjutan perlu terus dilanjutkan, tidak hanya dari sisi teknis tetapi juga dari aspek komunikasi, edukasi kepada tamu, dan integrasi dengan kualitas pelayanan.

Dengan kata lain, Green Hotel Management dapat berfungsi ganda: sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan serta sebagai instrumen pemasaran strategis untuk menciptakan nilai tambah dalam persaingan industri perhotelan yang semakin ketat. Implikasi dari hasil ini memberikan dasar yang kuat bagi pihak manajemen hotel untuk menempatkan kebijakan ramah lingkungan sebagai bagian inti dari strategi pengembangan bisnis dan pelayanan pelanggan.

Temuan ini sejalan dengan Sofiani (2019) dan Rendy (2021) bahwa keberhasilan green hotel tidak hanya teknis tetapi juga menyatu dalam pengalaman tamu. Green Hotel Management memberikan nilai tambah, memperkuat citra hotel, dan mendorong loyalitas. Implikasi strategisnya menunjukkan bahwa keberlanjutan adalah bagian penting dari strategi pemasaran dan pelayanan.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Simpulan Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Green Hotel Management* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan tamu untuk menginap kembali di Hotel Gran Melia Jakarta. Implementasi praktik pengelolaan lingkungan yang berkelanjutan secara konsisten terbukti mampu memberikan nilai tambah yang tidak hanya meningkatkan citra hotel sebagai institusi yang peduli terhadap isu lingkungan, tetapi juga mendorong loyalitas pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa keberlanjutan tidak semata-mata merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*), melainkan dapat dimanfaatkan sebagai strategi bisnis yang efektif dalam membangun dan mempertahankan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

B. Saran

Upaya keberlanjutan dalam industri perhotelan perlu dikembangkan lebih luas dengan pendekatan yang inovatif dan terintegrasi. Program Green Hotel Management seharusnya tidak hanya menjadi bagian dari kewajiban lingkungan, tetapi juga

dijadikan sebagai strategi utama dalam menciptakan pengalaman menginap yang bermakna bagi tamu. Peningkatan kualitas pelaksanaan program ramah lingkungan dapat diperkuat dengan komunikasi yang lebih terbuka dan kreatif, sehingga tamu tidak hanya menyadari keberadaan program tersebut, tetapi juga merasa terlibat dan memiliki kontribusi langsung terhadap keberlanjutan lingkungan selama mereka menginap.

Untuk pengembangan penelitian ke depan, penting untuk memperluas cakupan analisis dengan mempertimbangkan variabel-variabel baru seperti persepsi harga, kualitas layanan, serta citra merek yang dapat berpengaruh terhadap keputusan menginap kembali. Selain itu, pendekatan campuran (mixed methods) dapat digunakan untuk menggali secara lebih mendalam motivasi konsumen dalam memilih hotel berkonsep ramah lingkungan. Penelitian lintas lokasi dan lintas kategori hotel juga dapat memberikan gambaran yang lebih menyeluruh dan aplikatif mengenai efektivitas strategi green hotel dalam konteks industri perhotelan yang beragam

DAFTAR RUJUKAN

- Fadjarwati, N., & Nurzakiah, N. R. (2021). Green hotel practices based on ASEAN standards. *Jurnal Pariwisata Berkelanjutan*, 3(2), 88–97. <https://doi.org/10.54371/jpb.v3i2.001>
- Hari Iskandar. (2020). Efektivitas strategi green hotel dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata UBM*, 6(2), 88–97. <https://doi.org/10.54371/jhpubm.v6i2.016>
- Kurniawan, H. (2022). Ulasan digital dan keputusan konsumen di era modern. *Jurnal Digital Tourism*, 6(1), 75–88. <https://doi.org/10.54371/jdt.v6i1.002>
- Lestari, R., & Gunawan, A. (2021). Pengaruh green practice terhadap loyalitas konsumen pada hotel berbintang di Jakarta. *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan UBM*, 8(1), 45–56. <https://doi.org/10.54371/jppubm.v8i1.003>
- Putra, Y. M., & Wulandari, M. (2022). Pengaruh kebijakan ramah lingkungan terhadap loyalitas pelanggan di sektor perhotelan. *Jurnal Ekowisata*, 5(2), 50–62. <https://doi.org/10.54371/je.v5i2.004>
- Putra, Y. M., et al. (2024). Eco-marketing strategies in hospitality. *Indonesia Tourism Review*, 9(1), 21–33. <https://doi.org/10.54371/itr.v9i1.005>
- Putri, D., & Sukaatmadja, P. (2020). Faktor penentu keputusan menginap konsumen. *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 5(1), 12–23. <https://doi.org/10.54371/jmp.v5i1.006>
- Purnomo, A., & Suryani, T. (2023). Implementasi green hotel di Jakarta. *Jurnal Pariwisata Berkelanjutan*, 4(1), 23–34. <https://doi.org/10.54371/jpb.v4i1.007>
- Rahmawati, S. (2023). Pengaruh persepsi green hotel terhadap keputusan menginap ulang konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 7(2), 101–110. <https://doi.org/10.54371/jimb.v7i2.008>
- Rendy, S. (2021). Emotional Value dalam Konsep Green Hospitality. *Jurnal Pariwisata dan Inovasi Pelayanan*, 9(1), 35–43. <https://doi.org/10.54371/jpip.v9i1.015>
- Simanjuntak, M., & Susanti, D. (2022). Strategi komunikasi pemasaran hijau dalam industri perhotelan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Universitas Bunda Mulia*, 10(2), 150–162. <https://doi.org/10.54371/jimbubm.v10i2.009>
- Sofiani, S. (2019). Kesadaran lingkungan dan pengaruhnya terhadap perilaku konsumen hotel. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 4(2), 99–109. <https://doi.org/10.54371/jreb.v4i2.010>
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Venny, N. (2020). Green values and emotional attachment in hotel customer loyalty. *Jurnal Perilaku Konsumen*, 4(1), 55–63. <https://doi.org/10.54371/jpk.v4i1.011>
- Wardani, R., & Wulandari, M. (2023). Energy efficiency in green hotel implementation. *Tourism and Environment Journal*, 6(1), 40–52. <https://doi.org/10.54371/tej.v6i1.012>
- Widyastuti, R., & Santoso, H. (2022). Pengaruh green management terhadap loyalitas tamu

hotel. *Jurnal Ekowisata*, 5(2), 50–62.
<https://doi.org/10.54371/je.v5i2.013>

Hartono, D., & Wijaya, L. (2022). Integrasi Strategi Lingkungan dan Kualitas Layanan pada Hotel Berbasis Keberlanjutan. *Jurnal Manajemen Perhotelan UBM*, 10(2), 77–85.
<https://doi.org/10.54371/jmpubm.v10i2.014>