

Faktor-faktor yang memengaruhi intensi konsumen untuk mengunjungi kembali restoran hijau = Factors influencing consumers revisit intention to green restaurant / Athaya Tsamara Zahra

Athaya Tsamara Zahra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20500708&lokasi=lokal>

Abstrak

Studi secara spesifik mendiskusikan intensi konsumen milenial untuk mengunjungi kembali restoran “hijau”. *Theory of planned behavior* (TPB) merupakan teori yang digunakan sebagai dasar pada penelitian ini. Studi ini menambahkan variabel *environmental concern*, dan *satisfaction* sebagai determinan intensi perilaku. Selain itu, *satisfaction* diukur menggunakan pengukuran ECOSERV yang memiliki konstruk *assurance*, *reliability*, *responsiveness*, *empathy*, *tangibles*, dan *ecotangibles*. Studi ini bertujuan untuk menggali lebih jauh determinan yang paling kuat menentukan intensi konsumen untuk mengunjungi kembali restoran “hijau”. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif. Data diperoleh dari 499 responden dan diolah dengan PLS-SEM. Pada penelitian empiris ini, ditemukan bahwa *environmental concern* memiliki pengaruh signifikan terhadap *consumer’s behavioral intention* secara tidak langsung melalui *perceived behavioral control* dan *attitude*. Sebagai tambahan, konstruk *tangibles*, *ecotangibles*, dan *responsiveness* berpengaruh secara signifikan terhadap *satisfaction*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur yang masih terbatas mengenai intensi perilaku konsumen terhadap restoran yang menerapkan praktik ramah lingkungan.

This study specifically discusses millennials’ intention to revisit “green” restaurant. Theory of Planned behavior (TPB) is adopted as the theoretical framework. Environmental concern and satisfaction are added in the study as the determinant of behavioral intention. Besides, satisfaction is measured with ECOSERV that has assurance, reliability, responsiveness, empathy, tangibles, and ecotangibles as its constructs. The objective of this study is to further investigate the “key” driver of consumer’s revisit intention to “green” restaurant. This study uses quantitative method. The data was collected from 499 respondents, and analyzed with PLS-SEM. The findings of this study illustrate that environmental concern has significant impact on consumer’s revisit intention indirectly through perceived behavioral control and attitude. Also, tangibles, ecotangibles, and responsiveness is found to have significant impact on satisfaction. Findings from this research is expected to enrich the limited literature about consumers’ behavioral intention toward restaurants that practice green.