

**PENGARUH KESADARAN PERUBAHAN IKLIM
TERHADAP NIAT WISATAWAN GENERASI Y DAN Z
UNTUK MENGURANGI JEJAK KARBON**

(Survey terhadap Wisatawan yang Berkunjung ke Kota Bandung)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pariwisata
pada Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata

**Prasanthi Indah Hapsari
2106441**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN PARIWISATA
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2025**

LEMBAK HAK CIPTA

PENGARUH KESADARAN PERUBAHAN IKLIM TERHADAP NIAT WISATAWAN GENERASI Y DAN Z UNTUK MENGURANGI JEJAK KARBON

(Survey terhadap Wisatawan yang Berkunjung ke Kota Bandung)

Prasanthi Indah Hapsari
2106441

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pariwisata pada Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Universitas Pendidikan Indonesia

© Prasanthi Indah Hapsari 2025
Universitas Pendidikan Indonesia
September 2025

Hak Cipta dilindungi Undang-undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH KESADARAN PERUBAHAN IKLIM TERHADAP NIAT WISATAWAN GENERASI Y DAN Z UNTUK MENGURANGI JEJAK KARBON

Skripsi ini disetujui dan disahkan
oleh:

Pembimbing I



Heri Puspito Diyah Setiyorini, Ph.D

NIP. 19761031 200812 2 001

Pembimbing II



Rijal Khaerani, M.Stat

NIP. 19850821 201903 1 006

Mengetahui

Ketua Program Studi
Manajemen Pemasaran Pariwisata



Taufik Abdullah, Ph.D

NIP. 19851024 201404 1 001

Tanggung Jawab Yuridis
Pada Peneliti



Prasanthi Indah Hapsari

NIM. 2106441

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Pengaruh Kesadaran Perubahan Iklim Terhadap Niat Wisatawan Generasi Y Dan Z Untuk Mengurangi Jejak Karbon**” beserta seluruh isinya di dalamnya adalah benar-benar karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keasliannya.

Bandung, 17 September 2025
Yang Membuat Pernyataan



Prasanthi Indah Hapsari

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul **“Pengaruh Kesadaran Perubahan Iklim Terhadap Niat Wisatawan Generasi Y dan Z Untuk Mengurangi Jejak Karbon”** dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan akademis dalam meraih gelar Sarjana Pariwisata pada Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata di Universitas Pendidikan Indonesia.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, tak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak, khususnya yang terhormat:

1. Bapa Prof. H. Didi S., M.A., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bapa Prof. Dr. Cecep Darmawan, M.Si., M.H., CPM., selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Bapa Taufik Abdullah, Ph.D, selaku Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata.
4. Bapa Oce Ridwanudin, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing akademik.
5. Ibu Heri Puspito Diah Setiyorini, Ph.D, selaku dosen pembimbing skripsi 1.
6. Bapa Rijal Khaerani, M.Stat, selaku dosen pembimbing skripsi 2.
7. Ibu Dewi Pancawati Novalita, M.M., Ibu Yeni Yuniawati, S.Pd., M.M., Ibu Masroulina Sevtiani, S.Par., M.Par., Ibu Rini Andari, M.M., Bapa Gita Siswhara, M.M., Bapa Dr. Mohamad Dede, S.Pd., M.I.L., serta jajaran dosen Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata.

Skripsi ini tentu masih jauh dari kata sempurna. Sepenuhnya saya menyadari hal tersebut. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat menyempurnakan skripsi ini di masa yang akan datang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan menjadi salah satu sumber referensi ilmiah yang bermanfaat bagi banyak pihak.

Bandung, 17 September 2025

Prasanthi Indah Hapsari

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur kepada Allah Swt., yang telah memberikan berkah, rezeki, ridho, dan anugerah yang tak terhingga sampai saat ini hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi di waktu yang tepat. Tak lupa penulis ucapan juga terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Wahyu Purwaningsih, Dra., selaku ibu penulis yang selalu mendoakan dan selalu sabar dengan segala tingkah penulis yang sulit diatur selama mengerjakan skripsi ini.
2. Bapa Suyatno Noeringtyas, selaku bapa penulis yang selalu semangat dan ridho dalam membiayai perkuliahan penulis walau harus menambah satu semester untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Pramesthi Indah Wiyati, S.Farm., selaku kaka penulis yang selalu bersedia membantu dan memberikan support dalam berbagai bentuk yang tiada habisnya kepada penulis.
4. Pramuditho Adhi Nugroho, selaku adik penulis yang selalu bersedia mengantar penulis untuk berbagai keperluan dan selalu menemani serta sabar disaat penulis sedang *burn out* dengan persoalan skripsi.
5. Seluruh wisatawan yang menjadi responden kuesioner dalam penelitian ini sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Yasmin Fakhira S.Par, Shafa Cantiq H.P., Qays Valerian P., S.Par, & Hadi Ichsan M., S.Par, selaku teman dekat serta seluruh rekan mahasiswa/i MPP angkatan 2021 yang selalu menemani penulis dari semester 1 hingga sekarang dengan berbagai suka duka.
7. Rekan-rekan Duta Pemuda Kota Cimahi 2024 & 2025 yang memberikan support dan *memback-up* penulis dalam segala kegiatan selama penulis mengerjakan skripsi ini.
8. Keluarga besar DISBUDPARPORA Kota Cimahi yang telah memberikan pengalaman kerja yang luar biasa bagi penulis dan selalu memberikan dukungan agar penulis segera menyelesaikan skripsi ini.
9. Joseph F. Hair Jr., dkk., selaku penulis buku *Multivariate Data Analysis: 8th edition* yang berkontribusi sangat besar menjadi sumber acuan dalam pengolahan data pada skripsi ini.

Semoga Allah Swt. memberikan balasan yang berlipat-lipat atas amalan dan bantuan yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

ABSTRAK

Perubahan iklim merupakan isu krusial yang dipicu dan berdampak pada berbagai sektor, termasuk sektor pariwisata. Kota Bandung yang dulu terkenal dengan iklim sejuknya, kini menghilang akibat dampak dari perubahan iklim. Wisatawan sebagai pelaku utama dalam aktivitas perjalanan memiliki peran penting dalam mengurangi jejak karbon melalui niat perilaku berwisata yang ramah lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kesadaran perubahan iklim terhadap niat untuk mengurangi jejak karbon, serta membandingkan perbedaan respon antara kedua generasi tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penyebaran kuesioner secara online kepada 230 responden wisatawan Generasi Y dan Z yang pernah berkunjung ke Kota Bandung. Data dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis AMOS untuk menguji hubungan antarvariabel, serta dilakukan *Multigroup Analysis* untuk mengidentifikasi perbedaan pengaruh pada kedua kelompok generasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kesadaran wisatawan Generasi Y dan Z yang tinggi terhadap perubahan iklim, dan niat mereka untuk mengurangi jejak karbon juga tergolong tinggi. Kesadaran perubahan iklim terbukti berpengaruh signifikan terhadap niat wisatawan untuk mengurangi jejak karbon. Selain itu, tidak ditemukan adanya perbedaan signifikan antara Generasi Y dan Z. Kesimpulannya, penelitian ini menegaskan bahwa kesadaran perubahan iklim merupakan faktor penting dalam mendorong niat wisatawan untuk mengurangi jejak karbon.

Kata kunci: Kesadaran Perubahan Iklim, Niat Perilaku, Generasi Y, Generasi Z, Jejak Karbon, Pariwisata Berkelanjutan.

ABSTRACT

Climate change is a crucial issue that affects several sectors, including tourism. Bandung city, once known for its breezy climate, has now vanished due to climate change. As key players in travel activities, tourists have an important role in reducing their carbon footprint through environmentally friendly travel behavior. This study aims to analyze the influence of climate change awareness on the intention to reduce carbon footprint, and comparing the differences in responses between the two generations. This study uses a quantitative approach using an online questionnaire distributed to 230 Generation Y and Z tourist respondents visited Bandung. The data were analyzed using AMOS-based Structural Equation Modeling (SEM) to test the relationship between variables, and Multigroup Analysis was conducted to identify differences in influence on the two generations. The results of the study show that Generation Y and Z tourists have a high level of awareness of climate change, and their intention to reduce their carbon footprint is also positive. Climate change awareness was found to have a significant effect on tourists' intention to reduce their carbon footprint. In addition, no significant differences were found between Generation Y and Z. In conclusion, this study confirms that climate change awareness is an important factor in encouraging tourists' intention to reduce their carbon footprint.

Keyword: *Climate Change Awareness, Behavioral Intention, Generation Y, Generation Z, Carbon Footprint, Sustainable Tourism.*

DAFTAR ISI

LEMBAK HAK CIPTA.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoretis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Kajian Literatur	10
2.1.1 Pendekatan Teori.....	10
2.1.2 Konsep Niat Perilaku Wisatawan	12
2.1.2.1 Definisi Niat Perilaku Wisatawan	12
2.1.2.2 Dimensi Niat Perilaku Wisatawan	14
2.1.2.3 Model Niat Perilaku Wisatawan	16
2.1.3 Konsep Kesadaran Perubahan Iklim.....	17
2.1.3.1 Definisi Kesadaran Perubahan Iklim	17
2.1.3.2 Dimensi Kesadaran Perubahan Iklim.....	19
2.1.3.3 Model Kesadaran Perubahan Iklim.....	20
2.1.4 Diferensiasi Generasi	22

2.1.4.1 Generasi Y	22
2.1.4.2 Generasi Z	24
2.1.4.3 Fokus Isu	25
2.2 Orisinalitas Penelitian	26
2.3 Kerangka Teoretis.....	28
2.4 Hipotesis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Objek Penelitian	33
3.2 Metode Penelitian.....	33
3.2.1 Jenis Penelitian	33
3.2.2 Operasional Variabel.....	34
3.3 Jenis dan Sumber Data	39
3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	40
3.4.1 Populasi.....	40
3.4.2 Sampel	40
3.4.3 Teknik Sampling	42
3.5 Metode Pengumpulan Data	43
3.6 Validitas dan Reliabilitas Penelitian	44
3.6.1 Hasil Pengujian Validitas	44
3.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	47
3.7 Teknik Analisis Data	49
3.7.1 Teknik Analisis Data Deskriptif.....	49
3.7.2 Teknik Analisis Data Verifikatif.....	49
3.7.2.1 Pengujian Kelayakan Model	50
3.7.2.2 Pengujian Model Pengukuran	51
3.7.2.3 Pengujian Model Struktural	52
3.7.2.4 Pengujian Hipotesis Penelitian.....	56
3.7.2.5 Pengujian Moderasi.....	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1 Gambaran Umum	59
4.1.1 Profil Wisatawan Kota Bandung.....	59
4.2 Deskripsi Data Penelitian	62

4.2.1	Tanggapan Wisatawan Mengenai Kesadaran Perubahan Iklim di Kota Bandung	62
4.2.1.1	Tanggapan Wisatawan Mengenai Kesadaran Perubahan Iklim dengan Subvariabel <i>Environmental Awareness</i>	62
4.2.1.2	Tanggapan Wisatawan Mengenai Kesadaran Perubahan Iklim dengan Subvariabel <i>Environmental Concern</i>	63
4.2.1.3	Tanggapan Wisatawan Mengenai Kesadaran Perubahan Iklim dengan Subvariabel <i>Environmental Knowledge</i>	65
4.2.1.4	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Wisatawan Mengenai Kesadaran Perubahan Iklim di Kota Bandung.....	66
4.2.2	Tanggapan Wisatawan Mengenai Niat Perilaku di Kota Bandung..	67
4.2.2.1	Tanggapan Wisatawan Mengenai Niat Perilaku dengan Subvariabel <i>Attitude Toward the Behavior</i>	67
4.2.2.2	Tanggapan Wisatawan Mengenai Niat Perilaku dengan Subvariabel <i>Subjective Norm</i>	68
4.2.2.3	Tanggapan Wisatawan Mengenai Niat Perilaku dengan Subvariabel <i>Perceived Behavioral Control</i>	69
4.2.2.4	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Wisatawan Mengenai Niat Perilaku di Kota Bandung	71
4.3	Hasil Pengujian Verifikatif	72
4.3.1	Hasil Pengujian Kelayakan Model	72
4.3.1.1	Uji Normalitas.....	72
4.3.1.2	Uji Outlier	73
4.3.1.3	Uji Multikolinearitas	73
4.3.2	Hasil Pengujian Model Pengukuran	74
4.3.2.1	Konstruk Eksogen Kesadaran Perubahan Iklim.....	74
4.3.2.2	Konstruk Endogen Niat Perilaku	77
4.3.3	Hasil Pengujian Model Struktural.....	79
4.3.3.1	Estimasi Parameter.....	81
4.3.3.2	<i>Goodness-of-Fit</i>	82
4.3.4	Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	84
4.3.5	Hasil Pengujian Moderasi	85
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	86
4.4.1	Gambaran Kesadaran Perubahan Iklim	86

4.4.2	Gambaran Niat Perilaku.....	87
4.4.3	Perbedaan Pengaruh Antar Generasi.....	88
4.5	Implikasi Hasil Temuan Penelitian.....	89
4.5.1	Temuan Penelitian Bersifat Teoretis	89
4.5.2	Temuan Penelitian Bersifat Praktis	89
BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI		91
5.1	Kesimpulan.....	91
5.2	Keterbatasan Penelitian	92
5.3	Rekomendasi	92
DAFTAR PUSTAKA.....		94
LAMPIRAN.....		102

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Definisi Niat Perilaku Wisatawan Menurut Para Ahli	13
Tabel 2.2 Definisi Kesadaran Perubahan Iklim Menurut Para Ahli.....	18
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.1 Operasional Variabel	35
Tabel 3.2 Jenis dan Sumber Data	39
Tabel 3.3 Jumlah Wisatawan di Kota Bandung Tahun 2024	40
Tabel 3.4 Hasil Pengujian Validitas.....	45
Tabel 3.5 Hasil Pengujian Reliabilitas	48
Tabel 4.1 Karakteristik Wisatawan Kota Bandung Berdasarkan Demografi.....	59
Tabel 4.2 Tanggapan Wisatawan Mengenai Kesadaran Perubahan Iklim dengan Subvariabel <i>Environmental Awareness</i>	62
Tabel 4.3 Tanggapan Wisatawan Mengenai Kesadaran Perubahan Iklim dengan Subvariabel <i>Environmental Concern</i>	64
Tabel 4.4 Tanggapan Wisatawan Mengenai Kesadaran Perubahan Iklim dengan Subvariabel <i>Environmental Knowledge</i>	65
Tabel 4.5 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Wisatawan Mengenai Kesadaran Perubahan Iklim.....	66
Tabel 4.6 Tanggapan Wisatawan Mengenai Niat Perilaku dengan Subvariabel <i>Attitude Toward the Behavior</i>	67
Tabel 4.7 Tanggapan Wisatawan Mengenai Niat Perilaku dengan Subvariabel <i>Subjective Norm</i>	69
Tabel 4.8 Tanggapan Wisatawan Mengenai Niat Perilaku dengan Subvariabel <i>Perceived Behavioral Control</i>	70
Tabel 4.9 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Wisatawan Mengenai Niat Perilaku	71
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Normalitas <i>Multivariate</i>	72
Tabel 4.11 Hasil Pengujian <i>Outlier</i>	73
Tabel 4.12 Validitas dan Reliabilitas Model Pengukuran Konstruk Eksogen Kesadaran Perubahan Iklim	76
Tabel 4.13 Validitas dan Reliabilitas Model Pengukuran Konstruk Endogen Niat Perilaku.....	78
Tabel 4.14 Hasil Estimasi Parameter Model Struktural	81
Tabel 4.15 Hasil Uji Goodness-of-Fit Model Struktural.....	83

Tabel 4.16 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	84
Tabel 4.17 Hasil Pengujian <i>Configural Invariance</i>	85
Tabel 4.18 Hasil Pengujian <i>Metric Invariance</i>	85
Tabel 4.19 Hasil Pengujian <i>Measurement Invariance</i>	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara Indonesia	1
Gambar 1.2 Data Kunjungan Wisatawan Nusantara Indonesia Tahun 2024	2
Gambar 2.1 Model Triandis' <i>Theory of Interpersonal Behavior</i>	10
Gambar 2.2 Model Dimensi <i>Intention</i> Dalam <i>Theory of Interpersonal Behavior</i>	11
Gambar 2.3 Model Niat Perilaku	16
Gambar 2.4 Model Kesadaran Perubahan Iklim	21
Gambar 2.5 Kerangka Pemikiran Pengaruh Kesadaran Perubahan Iklim Terhadap Niat Untuk Mengurangi Jejak Karbon	30
Gambar 2.6 Paradigma Penelitian Pengaruh Kesadaran Perubahan Iklim Terhadap Niat Untuk Mengurangi Jejak Karbon	31
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Multikolinearitas <i>Correlation Matrix</i>	74
Gambar 4.2 Model Pengukuran Konstruk Eksogen Kesadaran Perubahan Iklim	75
Gambar 4.3 Model Pengukuran Konstruk Endogen Niat Perilaku	77
Gambar 4.4 Model Struktural Pengaruh Kesadaran Perubahan Iklim Terhadap Niat Untuk Mengurangi Jejak Karbon	80

DAFTAR PUSTAKA

- Abbasi, M. A., Amran, A., & Sahar, N. e. (2024). Assessing the impact of corporate environmental irresponsibility on workplace deviant behavior of generation Z and millennials: a multigroup analysis. *International Journal of Ethics and Systems*, 40(1), 45–67. <https://doi.org/10.1108/IJOES-05-2022-0099>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality and Behaviour* (2nd edition). London: Open University Press.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. London: Addison-Wesley Publishing Company.
- Aman, S., Hassan, N. M., Khattak, M. N., Moustafa, M. A., Fakhri, M., & Ahmad, Z. (2021). Impact of tourist's environmental awareness on pro-environmental behavior with the mediating effect of tourist's environmental concern and moderating effect of tourist's environmental attachment. *Sustainability*, 13(23). <https://doi.org/10.3390/su132312998>
- Atstāja, D., & Cakrani, E. (2024). Impact of Climate Change on International Tourism Evidence from Baltic Sea Countries. *Sustainability*, 16(12). <https://doi.org/10.3390/su16125203>
- Ayu, P. (2023). Analisis Perilaku Konsumen dalam Pembelian Barang Online: Literatur Review. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 254. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.1030>
- Badan Pusat Statistik. (2025, Februari 3). *Kunjungan wisatawan mancanegara & nusantara 2024*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2025/02/03/2407/kunjungan-wisatawan-mancanegara--wisman--pada-desember-2024-mencapai-1-24-juta-kunjungan--naik-8-72-persen-year-on-year--y-o-y---.html>
- Bamberg, S., & Schmidt, P. (2003). Incentives, morality, or habit? Predicting students' car use for University routes with the models of Ajzen, Schwartz, and Triandis. *Environment and Behavior*, 35(2), 264–285. <https://doi.org/10.1177/0013916502250134>
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: a social cognitive theory*. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.

- BillionBricks. (2022). *Gen Z at the Forefront of Climate Advocacy*. BillionBricks <https://billionbricks.org/blog/gen-z-at-the-forefront-of-climate-advocacy/>
- Bolton, R. N., Parasuraman, A., Hoefnagels, A., Migchels, N., Kabadayi, S., Gruber, T., Loureiro, Y. K., & Solnet, D. (2013). Understanding Generation Y and their use of social media: A review and research agenda. *Journal of Service Management*, 24(3), 245–267. <https://doi.org/10.1108/09564231311326987>
- Casula, M., Rangarajan, N., & Shields, P. (2021). The potential of working hypotheses for deductive exploratory research. *Quality and Quantity*, 55(5), 1703–1725. <https://doi.org/10.1007/s11135-020-01072-9>
- Chan, R. Y. K., & Lau, L. B. Y. (2000). Antecedents of green purchases: A survey in China. *Journal of Consumer Marketing*, 17(4), 338–357. <https://doi.org/10.1108/07363760010335358>
- Chen, M. F. (2020). Moral extension of the protection motivation theory model to predict climate change mitigation behavioral intentions in Taiwan. *Environmental Science and Pollution Research*, 27(12), 13714–13725. <https://doi.org/10.1007/s11356-020-07963-6>
- Chow, A. S. Y., Ma, A. T. H., Wong, G. K. L., Lam, T. W. L., & Cheung, L. T. O. (2019). The impacts of place attachment on environmentally responsible behavioral intention and satisfaction of Chinese Nature-Based Tourists. *Sustainability*, 11(20). <https://doi.org/10.3390/su11205585>
- Constantino, S. M., Schlüter, M., Weber, E. U., & Wijermans, N. (2021). Cognition and behavior in context: a framework and theories to explain natural resource use decisions in social-ecological systems. *Sustainability Science*, 16(5), 1651–1671. <https://doi.org/10.1007/s11625-021-00989-w>
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. (2025, Maret 19). *Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik yang Datang ke Kota Bandung*. Open Data Kota Bandung. <https://opendata.bandung.go.id/dataset/jumlah-wisatawan-mancanegara-dan-domestik-yang-datang-ke-kota-bandung>
- Dwidienawati, D., Abdinagoro, S. B., Gandasari, D., & Tjahjana, D. (2021). Do generation y and Z really concern about environmental issues?. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 729(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/729/1/012137>
- Elciyar, K., & Simsek, A. (2021). An investigation of cyberloafing in a large-scale technology organization from the perspective of the theory of interpersonal behavior. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 11(2). <https://doi.org/10.30935/ojcm/10823>

- Fraembs, T. V., & Drobnič, S. (2024). Ill-informed or ideologically driven? Climate change awareness and denial in Europe. *Population and Environment*, 46(3). <https://doi.org/10.1007/s11111-024-00462-7>
- Gagnon, M. P., Godin, G., Gagné, C., Fortin, J. P., Lamothe, L., Reinharz, D., & Cloutier, A. (2003). An adaptation of the theory of interpersonal behaviour to the study of telemedicine adoption by physicians. *International Journal of Medical Informatics*, 71(2–3), 103–115. [https://doi.org/10.1016/S1386-5056\(03\)00094-7](https://doi.org/10.1016/S1386-5056(03)00094-7)
- Grechyna, D. (2024). Combating child sexual abuse on the internet: considerations in the light of the proposal for a regulation. *Actualidad Juridica Iberoamericana*, 21, 104–129. <https://doi.org/10.13039/501100011033>
- Hacker, P. M. S. (2012). The Sad and Sorry History of Consciousness: being, among other things, a Challenge to the ‘Consciousness-studies Community’. *Royal Institute of Philosophy Supplement*, 70, 149–168. <https://doi.org/10.1017/s1358246112000082>
- Hagger, M. S., & Chatzisarantis, N. L. D. (2014). An Integrated Behavior Change Model for Physical Activity. *Exercise and Sport Sciences Reviews*, 42(2), 62–69. www.acsm-essr.org
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis (8th Edition)*. Hampshire: Cengage Learning.
- Hastjarjo, D. (2005). Sekilas Tentang Kesadaran (Consciousness). *Buletin Psikologi*, 13(2), 79–90.
- Hermawan, S., & Amirullah, M. S. (2016). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. Media Nusa Creative Publishing.
- Howe, N., & Strauss, W. (2000). *Millennials Rising: The Next Great Generation*. Vintage.
- Hwang, S., Lee, J., & Jang, D. (2024). Climate Change Awareness and Pro-Environmental Intentions in Sports Fans: Applying the Extended Theory of Planned Behavior Model for Sustainable Spectating. *Sustainability*, 16(8). <https://doi.org/10.3390/su16083246>
- Issock, P. B., Roberts-Lombard, M., & Mpinganjira, M. (2020). Understanding household waste separation in South Africa: An empirical study based on an extended theory of interpersonal behaviour. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 31(3), 530–547. <https://doi.org/10.1108/MEQ-08-2019-0181>
- Karabey, T., & Boy, Y. (2022). Awareness on Climate Change Among Generations X, Y and Z: Cross-Sectional and Descriptive Study. *Turkiye Klinikleri Journal*

- of Health Sciences*, 7(3), 620–628. <https://doi.org/10.5336/healthsci.2022-88682>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2024). *Siaran Pers: Kemenparekraf Promosikan Bangsa Berwisata di Indonesia*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif . <https://www.kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-kemenparekraf-promosikan-bangsa-berwisata-di-indonesia-lewat-diatf-2024>
- Kotler, P., & Lee, N. (2019). *Social Marketing: Behavior Change for Social Good* (6th Edition). California: SAGE Publications.
- Kotler, P., & Zaltman, G. (1971). Social Marketing: An Approach to Planned Social Change. *Journal of Marketing*, 35(3), 3-12. <https://doi.org/10.1177/002224297103500302>
- Laksmawati, W. K., Hsieh, C. M., & Yang, S. H. (2024). Social influence and climate change issues affecting consumer behavioral intention toward carbon footprint label: A study of Taiwanese consumers. *Journal of Cleaner Production*, 444. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2024.141092>
- Lee, T. M., Markowitz, E. M., Howe, P. D., Ko, C. Y., & Leiserowitz, A. A. (2015). Predictors of public climate change awareness and risk perception around the world. *Nature Climate Change*, 5(11), 1014–1020. <https://doi.org/10.1038/nclimate2728>
- Li, H., Qu, P., & Luo, F. (2022). Impact of Tourists' Perceived Value and Sense of Social Responsibility on the Low-Carbon Consumption Behavior Intention: A Case Study of Zhangjiajie National Forest Park. *Forests*, 13(10). <https://doi.org/10.3390/f13101594>
- Malhotra, N. K., Nunan, D., & Birks, D. F. (2017). *Marketing Research An Applied Approach (5th Edition)*. New York: Pearson Education.
- Maloney, M. P., & Ward, M. P. (1973). Ecology: Let's hear from the people: An objective scale for the measurement of ecological attitudes and knowledge. *American psychologist*, 28(7), 583. <https://doi.org/10.1037/h0034936>
- Mannheim, K. (1952). The sociological problem of generations. Dalam *Essays on the Sociology of Knowledge* (hlm. 163-195). New York: Oxford University Press.
- Milkman, R. (2014). *Millennial Movements: Occupy Wall Street and the Dreamers*. Dissent Magazine. <https://www.dissentmagazine.org/article/millennial-movements-occupy-wall-street-and-the-dreamers/>
- Moody, G. D., & Siponen, M. (2013). Using the theory of interpersonal behavior to explain non-work-related personal use of the Internet at work. *Information and Management*, 50(6), 322–335. <https://doi.org/10.1016/j.im.2013.04.005>

- Mulyadi, M. (2018). Transisi Data dan Informasi Dalam Pengembangan Ilmu Pengetahuan. *Pustakaloka*, 10(1), 67-82.
- Noelaka, A. (2008). *Kesadaran lingkungan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ojala, M. (2015). Climate change skepticism among adolescents. *Journal of Youth Studies*, 18(9), 1135–1153. <https://doi.org/10.1080/13676261.2015.1020927>
- Parker, K., Graf, N., & Igielnik, R. (2019, Januari 17). *Generation Z Looks a Lot Like Millennials on Key Social and Political Issues*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/social-trends/2019/01/17/generation-z-looks-a-lot-like-millennials-on-key-social-and-political-issues/>
- Perera, C. R., Kalantari, H., & Johnson, L. W. (2022). Climate Change Beliefs, Personal Environmental Norms and Environmentally Conscious Behaviour Intention. *Sustainability*, 14(3). <https://doi.org/10.3390/su14031824>
- Pitana, I. G., & Diarta, I. K. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Priyambodo, U. (2021, Februari 11). *Riset: 65% Sampah Laut di Pantai Imbas dari Sektor Pariwisata*. National Geographic Indonesia. <https://nationalgeographic.grid.id/read/132551743/riset-65-sampah-laut-di-pantai-imbis-dari-sektor-pariwisata?page=all>
- Pröbstl-Haider, U., Mostegl, N., & Damm, A. (2021). Tourism and climate change – A discussion of suitable strategies for Austria. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 34. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2021.100394>
- Ramdhani, N. (2011). Penyusunan Alat Pengukur Berbasis Theory of Planned Behavior. *Buletin Psikologi*, 19(2), 55-69.
- Raza, S. A., Khan, K. A., & Qamar, B. (2024). Understanding the influence of environmental triggers on tourists' pro-environmental behaviors in the Pakistan's tourism industry. *Journal of Tourism Futures*, 10(1), 38–67. <https://doi.org/10.1108/JTF-12-2021-0269>
- Ross, A. D., & Rouse, S. M. (2020). Young Generations as Social Identities: The Role of Latino* Millennial/Generation Z in Shaping Attitudes About Climate Change. *Political Behavior*, 44(3), 1105–1124. <https://doi.org/10.1007/s11109-020-09649-8>
- Ruangkanjanases, A. & Wongprasopchai, S. (2018). Adoption Of Mobile Banking Services: An Empirical Examination Between Generation Y And Generation Z In Thailand. *Organizational Business Excellence*, 1(1), 1-12.

- Seetanah, B., & Fauzel, S. (2019). Investigating the impact of climate change on the tourism sector: evidence from a sample of island economies. *Tourism Review*, 74(2), 223–232. <https://doi.org/10.1108/TR-12-2017-0204>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach (7th Edition)*. United Kingdom: John Wiley & Sons.
- Shih, Y. Y., & Fang, K. (2004). The use of a decomposed theory of planned behavior to study Internet banking in Taiwan. *Internet Research*, 14(3), 213–223. <https://doi.org/10.1108/10662240410542643>
- Soliani, Y., & Mardhotillah, S. K. (2024, Desember 14). *Kehilangan Dingin, Menyambut Panas di Bandung*. Jurnal Pos Media. <https://jurnalposmedia.com/kehilangan-dingin-menyambut-panas-di-bandung/>
- Steiger, R., Knowles, N., Pöll, K., & Rutty, M. (2024). Impacts of climate change on mountain tourism: a review. *Journal of Sustainable Tourism*, 32(9), 1984–2017. <https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2112204>
- Sujood, N., Hamid, S., & Bano, N. (2021). Behavioral intention of traveling in the period of COVID-19: an application of the theory of planned behavior (TPB) and perceived risk. *International Journal of Tourism Cities*, 8(2), 357–378. <https://doi.org/10.1108/IJTC-09-2020-0183>
- Tempo. (2022, Februari 5). *Sampah dan Aktivitas Pariwisata, Sampah di Destinasi Wisata Tak Kenal Covid-19*. Tempo.co. <https://www.tempo.co/hiburan/sampah-dan-aktivitas-pariwisata-sampah-di-destinasi-wisata-tak-kenal-covid-19-428690>
- The Washington Post. (2024). *From slack to act: How millennials are redefining political movement*. The Washington Post. <https://www.washingtonpost.com/sf/brand-connect/from-slack-to-act-how-millennials-are-redefining-political-movements/>
- Triandis, H. (1977). *Interpersonal Behavior*. California: Wadsworth Publishing.
- Truong, V. (2014). Social marketing: A systematic review of research 1998-2012. *Social Marketing Quarterly*, 20(1), 15-34. <https://doi.org/10.1177/1524500413517666>
- Tsai, W. C. (2012). A study of consumer behavioral intention to use e-books: the Technology Acceptance Model perspective. *Innovative Marketing*, 8(4), 55-66.
- Turpyn, J., & Adwitiya, A. (2021). Raising Awareness of Indonesia's Climate Change Mitigation by Social Media Campaign. *Communicare : Journal of Communication Studies*, 8(1), 51-61. <https://doi.org/10.37535/101008120214>

- Twenge, J. (2017). *iGen: Why Today's Super Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy and Completely Unprepared for Adulthood*. Simon and Schuster .
- Twenge, J. (2023). *Generations: The Real Differences Between Gen Z, Millennials, Gen X, Boomers, and Silents—and What They Mean for America's Future*. Simon and Schuster.
- Tyson, A., Kennedy, B., Funk, C., & Research, S. (2021, Mei 26). *Gen Z, Millennials Stand Out for Climate Change Activism, Social Media Engagement With Issue*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/science/2021/05/26/gen-z-millennials-stand-out-for-climate-change-activism-social-media-engagement-with-issue/>
- United Nations. (2015). *Transforming Our World: The 2030 Agenda For Sustainable Development*. United Nations. <https://sdgs.un.org/2030agenda>
- United Nations. (2023). *What Is Goal 12-Responsible Consumption & Production?*. United Nations. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-consumption-production/>
- Venghaus, S., Henseleit, M., & Belka, M. (2022). The impact of climate change awareness on behavioral changes in Germany: changing minds or changing behavior?. *Energy, Sustainability and Society*, 12(1), 8. <https://doi.org/10.1186/s13705-022-00334-8>
- Wibowo, S. (2011). Karakteristik Konsumen Berwawasan Lingkungan dan Hubungannya dengan Keputusan Membeli Produk Ramah Lingkungan. *Jurnal Ilmiah Econosains*, 9(2), 192-202.
- Wijesooriya, N., & Brambilla, A. (2021). Bridging biophilic design and environmentally sustainable design: A critical review. *Journal of Cleaner Production*, 283. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124591>
- Wisnubroto, K. (2023, Desember 31). *Kunjungan Wisatawan di Atas Target, Indikasi Pariwisata Indonesia Pulih*. Indonesia.go.id. <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/7866/kunjungan-wisatawan-di-atas-target-indikasi-pariwisata-indonesia-pulih?lang=1>
- Wisnubroto, K. (2025, Februari 24). *Geliat Sektor Pariwisata Pacu Pertumbuhan Ekonomi*. Indonesia.go.id. <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/9026/geliat-sektor-pariwisata-pacu-pertumbuhan-ekonomi?lang=1>

- Yaman, C. (2024). A Review on the Process of Greenhouse Gas Inventory Preparation and Proposed Mitigation Measures for Reducing Carbon Footprint. *Gases*, 4(1), 18-40. <https://doi.org/10.3390/gases4010002>
- Zeithaml, V., Berry, L., & Parasuraman, A. (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of marketing*, 60(2), 31-46. <https://doi.org/10.1177/002224299606000203>
- Zheng, W., Qiu, H., & Morrison, A. M. (2023). Applying a Combination of SEM and fsQCA to Predict Tourist Resource-Saving Behavioral Intentions in Rural Tourism: An Extension of the Theory of Planned Behavior. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(2). <https://doi.org/10.3390/ijerph20021349>
- Zhou, W., Faturay, F., Driml, S., & Sun, Y. Y. (2024). Meta-analysis of the climate change-tourism demand relationship. *Journal of Sustainable Tourism*, 32(9), 1762–1783. <https://doi.org/10.1080/09669582.2024.2354882>
- Zsóka, Á., Szerényi, Z. M., Széchy, A., & Kocsis, T. (2013). Greening due to environmental education? Environmental knowledge, attitudes, consumer behavior and everyday pro-environmental activities of Hungarian high school and university students. *Journal of Cleaner Production*, 48, 126–138. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2012.11.030>