

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Hijau pada Program *Recycle Point* Le Minerale di Daerah Istimewa Yogyakarta

Guruh Ghifar Zalzal¹, Elvina Anggraini², Adhi Prakosa³,
Pradita Nindya Aryandha⁴, Fikri Farhan⁵

^{1,2,3,4,5} Fakultas Bisnis dan Hukum, Universitas PGRI Yogyakarta

Email: guruh@upy.ac.id¹, anggrainielvina80@gmail.com², adhi@upy.ac.id³,
praditanindya@upy.ac.id⁴, fikrifarhan@upy.ac.id⁵

Abstract

The increasing volume of waste is a challenge for environmental sustainability and public health. Le Minerale's recycling point program offers a solution by providing recycling facilities and increasing awareness of waste management. This initiative reduces waste in landfills and builds responsibility in maintaining a clean environment. This research aims to determine the influence of sustainable social development goals, environmentally friendly sustainable development goals, attitudes, intentions on green behavior on the Le Minerale recycle point program in Yogyakarta. This research was conducted in the Yogyakarta Special Region in 2024, the sample used was 124 respondents. The sampling technique uses a purposive sampling method. The data analysis technique in this research uses partial least squares structural equation modeling (SEM-PLS) using the WarpPLS version 7.0 application. The results of the research show that social sustainable development goals, environmentally friendly sustainable development goals, attitudes have a significant positive effect on intentions and intentions have a significant positive effect on green behavior.

Keywords: *sustainable social, development goals, environmentally friendly, development goals, attitudes, intentions, green behavior.*

ABSTRAK

Meningkatnya volume sampah menjadi tantangan bagi keberlanjutan lingkungan dan kesehatan masyarakat. Program recycle point Le Minerale menawarkan solusi dengan menyediakan fasilitas daur ulang dan meningkatkan kesadaran pengelolaan limbah. Inisiatif ini mengurangi sampah di tempat pembuangan akhir dan membangun tanggung jawab dalam menjaga kebersihan lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tujuan pembangunan sosial berkelanjutan, tujuan pembangunan berkelanjutan ramah lingkungan, sikap, terhadap niat dan perilaku hijau pada program recycle point Le Minerale di Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan di Daerah Istimewa Yogyakarta pada tahun 2024, sampel yang digunakan sebanyak 124 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *partial least squares structural equation modelling* (SEM-PLS) dengan menggunakan aplikasi WarpPLS versi 7.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tujuan pembangunan sosial berkelanjutan, tujuan pembangunan berkelanjutan ramah lingkungan, sikap berpengaruh positif signifikan terhadap niat dan niat berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku hijau.

Kata kunci: *tujuan pembangunan, sosial berkelanjutan, tujuan pembangunan, ramah lingkungan, sikap, niat, perilaku hijau.*

PENDAHULUAN

Daur ulang sampah sangat diperlukan karena sampah masih menjadi masalah besar di Indonesia yang belum terselesaikan sedangkan Indonesia sendiri menjadi salah satu penyumbang sampah terbanyak di dunia (Priyantini et al., 2020). Berdasarkan data dari Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) Kementerian Lingkungan Hidup, terdapat 35.83 juta ton timbunan sampah yang dihasilkan sepanjang tahun 2022 di Indonesia. Bahkan volume timbunan sampah tahun 2020 mengalami kenaikan sebesar 21.7% dibandingkan tahun 2021 serta menjadi volume timbunan sampah dengan level tertinggi dalam kurun waktu empat tahun terakhir (Annur, 2023). Untuk mengurangi jumlah sampah, terutama kemasan plastik, diperlukan penerapan konsep ekonomi sirkular yang mengedepankan penggunaan kemasan plastik yang dapat didaur ulang sepenuhnya atau terurai dalam waktu yang singkat.

Salah satu perusahaan yang menerapkan program CSR adalah Le Minerale. Le Minerale merupakan salah satu merek air minum dalam kemasan yang laris di pasaran dan diproduksi oleh PT Tirta Fresindo Jaya yang diperkenalkan pada tahun 2015, merupakan anak perusahaan Mayora Indah (Rahmatia dan Alfi., 2024). Produk Le Minerale antara lain air minum ukuran 330 ml-1500 ml. Pada 2020, Le Minerale meluncurkan galon sekali pakai 6–15-liter yang menuai respon negatif dari Masyarakat. Sehingga mereka kurang menyetujui terkait dengan peluncuran kemasan sekali pakai berupa galon sekali pakai tersebut (Jayanti et al., 2023). Perbincangan seputar galon Le Minerale di Twitter diramaikan dengan kata sampah, plastik, dan lingkungan karena diskusi soal galon sekali pakai paling banyak menasar pada kekhawatiran soal dampak lingkungan dalam jangka panjang. Galon Le Minerale yang sekali pakai telah menjadi trending di Twitter, dengan total mencapai 1,2 ribu twit pada 16 November 2020 dan sentimen negatif untuk kata kunci "Le Minerale" dan "galon sekali pakai" melonjak hingga 880 twit dari total 1,7 ribu twit (Trilatifah, 2020).

Le minerale mengusung gerakan daur ulang dimana konsumen tidak perlu khawatir membuang galon dan botol Le Minerale. Tindakan tersebut diterapkan melalui recycle point dari layanan website Le Minerale hingga layanan antar jemput pengambilan sampah galon dan botol Le Minerale (Fitriani., 2022). Le Minerale memiliki beberapa recycle point di Indonesia salah satunya di Daerah Istimewa Yogyakarta. Di Yogyakarta terdapat 3 titik yaitu di Bank Sampah Induk Gempah Ripah, Bank Sampah Menayu Sehat dan Bank Sampah Dados Artho. Keberadaan recycle point Le Minerale diyakini berpengaruh terhadap perilaku hijau konsumen karena mereka akan terdorong mengkonsumsi produk ramah lingkungan (Sudirjo et al., 2023). Tindakan sadar masyarakat terhadap lingkungan untuk meminimalkan dampak negatif aktivitas mereka (Sugiarto & Gabriella, 2020).

Keberadaan recycle point Le Minerale tentu mempengaruhi perilaku hijau terutama kepada konsumen yang peduli lingkungan sebab gerakan Recycle Point akan mempengaruhi keinginan konsumen dalam mengonsumsi produk ramah lingkungan (Sudirjo et al., 2023). Dengan demikian, Le Minerale sebagai perusahaan menyadari bahwa perilaku hijau tumbuh diantara masyarakat sebagai konsumen yang membeli produk dengan mempertimbangkan isu lingkungan.

Adanya rasa kepedulian terhadap lingkungan akan mengarahkan konsumen untuk memilih produk keberlanjutan yang ramah bagi lingkungan (Kristiana & Aqmal, 2023). Dalam hal ini Le Minerale menciptakan gerakan recycle point Le Minerale sebagai wujud sikap peduli konsumen yang memiliki niat terhadap lingkungan dan komitmen dalam melakukan daur ulang sampah. Perilaku hijau seperti yang diwujudkan oleh Le Minerale adalah langkah yang positif menuju masyarakat dan bisnis yang lebih berkelanjutan, di mana kepedulian terhadap lingkungan menjadi prioritas utama dalam setiap tindakan dan keputusan yang diambil.

Perilaku hijau adalah tindakan pro-lingkungan yang terlihat dalam aktivitas membeli dan menggunakan produk yang menguntungkan lingkungan. Ini mencakup kepedulian terhadap pelestarian lingkungan serta kontribusi berkelanjutan terhadap kelestarian lingkungan hidup. Dengan kata lain, perilaku hijau adalah proses di mana konsumen mempertimbangkan atribut atau karakteristik lingkungan dari suatu produk selama pembelian, termasuk membeli produk ramah lingkungan atau organik (Veronika, 2022). Perilaku hijau dapat timbul dari adanya rasa kepedulian serta tanggung jawab manusia terhadap keberlanjutan dan kelestarian alam, fokus dari perilaku hijau terdapat pada prinsip moral manusia yang menginspirasi tindakan cinta terhadap alam tempat mereka tinggal, yang juga mencerminkan tanggung jawab dan kepedulian mereka terhadap lingkungan. Pembentukan perilaku manusia terhadap lingkungan berkaitan dengan sikap dan nilai yang didasarkan pada pengetahuan, perasaan, dan kecenderungan untuk bertindak (Khoiruman, & Harsono, 2023). Oleh karena itu, tindakan manusia terhadap lingkungan didasarkan pada keputusan yang berasal dari informasi tentang lingkungan dan pengalaman serta sikap mereka terhadap lingkungan.

Perilaku hijau dapat dipengaruhi oleh niat yang didefinisikan sebagai kecenderungan seseorang untuk melakukan perilaku yang lebih ramah lingkungan. Niat memainkan peranan yang khas dalam mengarahkan tindakan, yakni menghubungkan antara pertimbangan yang mendalam yang diyakini dan diinginkan oleh seseorang dengan tindakan tertentu (Ferina, 2018). Dengan kata lain, niat membantu menjadikan keinginan dan keyakinan menjadi tindakan nyata yang terarah dan terencana. Niat mempunyai pengaruh sangat besar terhadap perilaku seseorang dalam kehidupan sehari-hari, orang yang mempunyai niat yang baik akan melakukan tindakan-tindakan yang positif yang bermanfaat pada diri dan orang lain, akan tetapi orang yang mempunyai niat buruk, maka melakukan tindakan-tindakan yang dianggap bermanfaat pada dirinya dengan merugikan orang lain (Nafis, A.W, 2023).

Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi niat salah satunya yaitu pembangunan keberlanjutan sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Vicentini, M. D. B., Torres, E.A., & Bonilla (2018) menyatakan bahwasannya pembangunan berkelanjutan sosial mencakup pemenuhan kebutuhan dasar manusia, partisipasi masyarakat dalam pengambilan keputusan, keadilan sosial, serta pembangunan yang berkelanjutan secara ekonomi dan lingkungan. Jika masyarakat sadar akan tujuan-tujuan pembangunan sosial yang berkelanjutan, Seperti pengentasan kemiskinan atau pemberdayaan masyarakat, mereka akan cenderung untuk mendukung produk-produk dari perusahaan yang secara terbuka mendukung

tujuan-tujuan tersebut (Fitranadi dkk., 2021). Konsumen yang memiliki kesadaran sosial yang tinggi cenderung lebih condong untuk memilih produk yang mendukung pembangunan berkelanjutan, termasuk produk hijau. Kesadaran sosial ini mencerminkan kepedulian individu terhadap isu-isu lingkungan dan sosial, yang pada gilirannya memengaruhi niat sebagai bagian dari kontribusi mereka terhadap upaya menjaga lingkungan dan mendukung keberlanjutan.

Tujuan pembangunan berkelanjutan ramah lingkungan menjadi salah satu faktor yang memotivasi konsumen untuk memiliki niat berperilaku hijau. Tujuan berkelanjutan ramah lingkungan merupakan landasan semangat transformatif pembangunan berkelanjutan yang di dalamnya lingkungan hidup, alam, dan seisinya merupakan pembatas, sehingga seluruh tujuan ekonomi dan sosial tidak boleh mengganggu kelestarian fungsi lingkungan hidup untuk menunjang kehidupan masa kini dan masa depan (Alisjahbana & Murniningtyas, 2018). Hal ini bahkan di dukung oleh penelitian Maciejewski & Lesznik (2022) dalam penelitiannya. Menurut penelitian ini faktor-faktor pembangunan berkelanjutan memainkan peran penting dalam membentuk niat individu untuk mengadopsi perilaku hijau. Namun berbeda dengan penelitian dari Ordonez (2023) dimana pada penelitian ini justru menjelaskan bahwa tujuan pembangunan berkelanjutan justru tidak mempunyai kaitan dengan niat perilaku hijau seorang konsumen.

Faktor lain yang memengaruhi konsumen melakukan niat adalah sikap. Sikap merupakan suatu wujud nyata perasaan dari seseorang yang dapat direfleksikan melalui kesukaan atau ketidaksukaannya terhadap suatu obyek tertentu (Stia Rini et al., 2017). Niat untuk berperilaku hijau, yang dipengaruhi oleh sikap positif dan kesadaran akan tujuan pembangunan berkelanjutan, cenderung mengarah pada tindakan konkret seperti partisipasi dalam program daur ulang (Maciejewski & Lesznik, 2022). Hal ini dikarenakan sikap adalah evaluasi atau penilaian positif atau negatif seseorang terhadap objek, orang, situasi, atau ide tertentu. Penelitian dari Wang et al., (2021) bahwa sikap berpengaruh positif signifikan terhadap niat. Namun berbeda dengan penelitian Demirag et al (2020) menjelaskan bahwa tidak ada hubungan antara sikap dengan niat perilaku seorang konsumen. Penelitian ini menemukan bahwa meskipun konsumen mungkin memiliki sikap positif terhadap perilaku hijau, sikap tersebut tidak secara otomatis diterjemahkan menjadi niat untuk berperilaku hijau.

Berdasarkan latar belakang di atas, diperlukan upaya untuk menumbuhkan perilaku hijau melalui Le Minerale sebagai produk air mineral dalam galon sekali pakai yang peduli terhadap lingkungan. Gerakan Recycle Point Le Minerale merupakan komitmen perusahaan untuk menjaga lingkungan sekaligus meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Dengan demikian, penulis ingin melaksanakan penelitian lebih dalam terkait perilaku hijau dengan judul “Faktor-faktor Yang Memengaruhi Perilaku Hijau Pada Program Recycle Point Le Minerale Di Daerah Istimewa Yogyakarta”.

RUMUSAN MASALAH

1. Apakah tujuan pembangunan sosial berkelanjutan berpengaruh positif signifikan terhadap niat pada program *recycle point* Le Minerale di Daerah Istimewa Yogyakarta?

2. Apakah tujuan pembangunan berkelanjutan ramah lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap niat pada program *recycle point* Le Minerale di Daerah Istimewa Yogyakarta?
3. Apakah sikap berpengaruh positif signifikan terhadap niat pada program *recycle point* Le Minerale di Daerah Istimewa Yogyakarta?
4. Apakah niat berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku hijau pada program *recycle point* Le Minerale di Daerah Istimewa Yogyakarta?

TINJAUAN PUSTAKA

Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) digunakan untuk memprediksi niat perilaku seseorang (Ariyani & Ayu, 2023). TPB merupakan evolusi dari Theory of Reasoned Action yang dikembangkan oleh Ajzen pada 1980 (Ariyani & Ayu, 2023). TPB menggunakan tiga konstruk sebagai anteseden intensi yaitu sikap, norma subjektif, dan perasaan mengontrol perilaku (Mahriyani, 2013). TPB memengaruhi niat beli melalui pengaruh perilaku personal dan sosial (Han et al, 2010 dan Lobo, 2014). TPB telah banyak diterapkan dalam pembelian produk hijau seperti makanan organik dan produk hijau (Maharani et al, 2021). Jadi dapat disimpulkan bahwa theory of planned behaviour adalah niat yang timbul dari individu tersebut untuk berperilaku dan niat tersebut disebabkan oleh beberapa faktor dari internal maupun eksternal dari individu tersebut (Hamzah & Anastasia, 2023).

Perilaku Hijau

Perilaku hijau adalah tindakan individu atau kelompok yang bertujuan mengurangi dampak negatif lingkungan (Riorini, 2023). Perilaku ini mencakup upaya mengurangi penggunaan sumber daya alam dan polusi, serta mempromosikan keberlanjutan lingkungan (Maharani, 2020). Perilaku hijau juga mencakup pemilihan, penggunaan, dan konsumsi barang/jasa yang aman lingkungan, menjaga lingkungan hijau, mengurangi limbah dengan daur ulang, mengurangi plastik sekali pakai, dan barang bisa dipakai ulang (Rahmawati, 2023). Dengan menerapkan perilaku hijau dapat berkontribusi pengurangan dampak negatif lingkungan dan keberlanjutan (Madnasir, 2022).

Niat

Niat menunjukkan seberapa kuat seseorang bersedia untuk mencoba melakukan suatu perilaku (Ajzen, 1991). Niat berperilaku adalah keinginan konsumen untuk berperilaku dengan cara tertentu terkait memiliki, membuang, dan menggunakan barang/jasa (Mowen & Minor, 2002). Niat berperilaku hijau dapat diwujudkan melalui tindakan seperti menghemat energi, mengurangi sampah, menggunakan produk ramah lingkungan, menghemat air, serta mendukung kebijakan dan kegiatan pelestarian lingkungan (Morrison, 2021). Dengan mengintegrasikan niat berperilaku hijau sehari-hari, dapat melindungi alam dan menciptakan masa depan berkelanjutan (Morrison, 2021).

Sikap

Sikap merupakan perasaan seseorang yang direfleksikan melalui kesukaan atau ketidaksukaan terhadap suatu objek (Stia Rini et al., 2017). Sikap merupakan kecenderungan umum berupa suka atau tidak suka yang dibentuk secara konsisten terhadap lingkungan (Sumarsono & Giyatno, 2012). Secara operasional, sikap adalah reaksi emosional terhadap stimulus sosial tertentu (Kusumasari, 2015). Sikap dalam berperilaku hijau tercermin dalam keinginan dan upaya untuk meminimalkan dampak negatif lingkungan, seperti mengurangi penggunaan sumber daya, mendaur ulang, menghemat energi dan air, serta mendukung inisiatif pelestarian lingkungan (Choi, 2022).

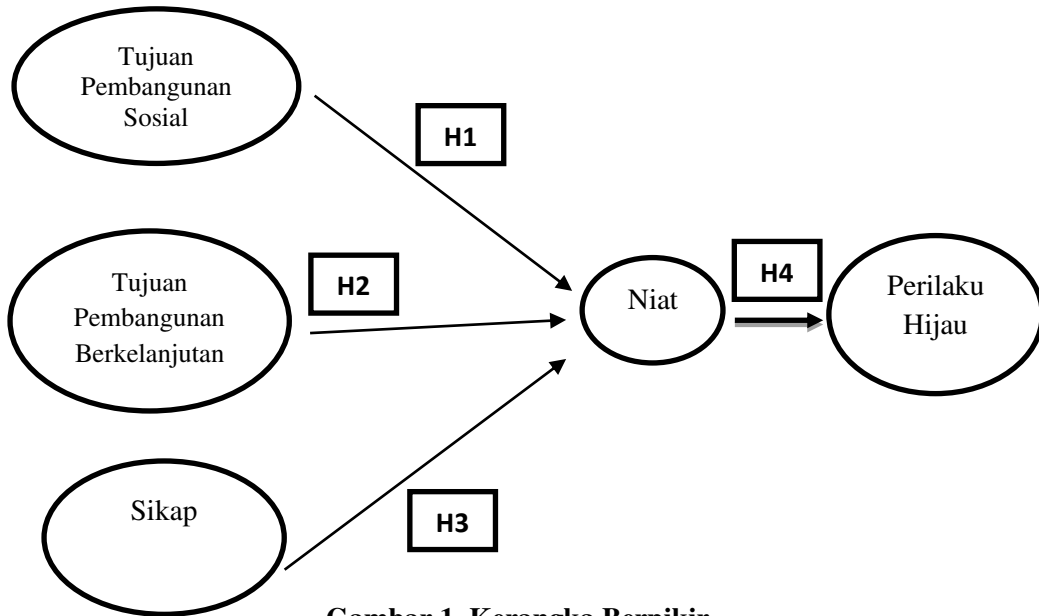
Tujuan Pembangunan Berkelanjutan Ramah Lingkungan

Tujuan pembangunan berkelanjutan ramah lingkungan bertujuan menciptakan model pembangunan yang tidak hanya memenuhi kebutuhan saat ini tetapi juga melestarikan sumber daya untuk generasi mendatang dengan mengurangi dampak negatif lingkungan seperti polusi dan emisi (Wahyudi, 2023). Pilar tujuan berkelanjutan ramah lingkungan merupakan semangat transformatif pembangunan berkelanjutan dimana lingkungan hidup merupakan pembatas untuk mendukung kehidupan masa kini dan masa depan (Alisjahbana & Murniningtyas, 2018).

Tujuan Pembangunan Sosial Berkelanjutan

Tujuan pembangunan sosial berkelanjutan bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan tanpa merusak lingkungan atau mengorbankan kebutuhan masa depan (Tripati, 2024). Tujuan ini juga melibatkan penguatan komunitas dan kelembagaan untuk partisipasi aktif dan pemerataan manfaat pembangunan, penghapusan kemiskinan, peningkatan kualitas hidup, serta perlindungan hak asasi manusia agar semua individu dapat hidup dengan martabat (Medvedev, 2018).

Kerangka Pikir



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Hipotesis

H1 : tujuan pembangunan sosial berkelanjutan berpengaruh positif signifikan terhadap niat.

H2: tujuan pembangunan ramah lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap niat.

H3: sikap berpengaruh positif signifikan terhadap niat.

H4: niat berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku hijau

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif yang akan menjawab permasalahan terkait variabel-variabel dari objek penelitian. Menurut Sugiyono (2017), penelitian kuantitatif merupakan metode yang digunakan untuk meneliti sampel pada populasi tertentu, dimana pengambilan sampel umumnya dilakukan secara acak. Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen penelitian yang dilanjutkan dengan analisis data menggunakan metode kuantitatif hal ini bertujuan untuk melakukan uji hipotesis. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2017), *purposive sampling* adalah salah satu teknik pengambilan sampel yang mempertimbangkan kriteria tertentu. Kriteria sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta
2. Sudah pernah menyetorkan botol dan galon bekas di Recycle Point Le Minerale.

Dikarenakan besarnya populasi tidak diketahui secara pasti maka digunakan

purposive sampling untuk menentukan besar sampel. Menurut Sugiyono (2019) *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel yang memperhatikan pertimbangan tertentu. Pada penelitian ini jumlah sampel yang digunakan yaitu 124 responden. Teknik pengolahan data pada penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling Partial Least Square* (SEM-PLS).

ANALISA DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan kuisioner yang disebarakan melalui *Google Form* dan melakukan *screening* data untuk penyesuaian responden total responden pada penelitian ini adalah 124 responden. Data demografi dalam penelitian ini adalah jenis kelamin, usia, domisili, dan titik lokasi *recycle point*. Berdasarkan jenis kelamin dan usia yang diperoleh dari 124 responden menunjukkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan dengan jumlah sebanyak 90 orang dan sisanya 34 orang berjenis kelamin laki-laki, dan mayoritas responden berusia diantara lebih dari 30 tahun sebanyak 69 responden, setelahnya responden berusia 26-29 tahun sebanyak 30 responden, responden berusia 22-25 tahun sebanyak 21 responden, dan responden berusia 18-21 tahun sebanyak 4 responden. Karakteristik responden berdasarkan domisili yang diperoleh dari 124 responden menunjukkan bahwa berdasarkan domisili sebagian besar responden adalah responden dari Bantul dengan jumlah 76 responden dengan diikuti responden dari Kota Yogyakarta, Sleman, Kulon Progo, dan Gunung Kidul. Berdasarkan Berdasarkan Tabel 1, diperoleh data identitas responden berdasarkan titik *recycle point* Le Minerale yang menunjukkan bahwa responden yang menyetorkan botol dan galon bekas di Bank Sampah Induk Gempah Ripah sejumlah 43 orang dengan persentase sebesar 35%, responden yang menyetorkan botol dan galon bekas di Bank Sampah Menayu Sehat sejumlah 41 orang dengan persentase sebesar 33%, responden yang menyetorkan botol dan galon bekas di Bank Sampah Dados Artho sejumlah 40 orang dengan presentase 32%, maka dapat dijelaskan bahwa sebagian besar responden berdasarkan titik lokasi adalah responden yang menyetorkan botol dan galon bekas di Bank Sampah Induk Gempah Ripah.

Tabel 1.
Titik Lokasi Recycle Point

Titik lokasi <i>recycle point</i>	Jumlah Responden	
	Frekuensi	Persentase
Bank Sampah Induk Gempah Ripah (Jl. Urip Sumoharjo Dk, jalan Badegan No.RT 12, Bejen, Bantul, Kec. Bantul, Bantul)	43	35%
Bank Sampah Menayu Sehat (Jl. Menayu Lor, Menayu Lor, Tirtonirmolo, Kec.Kasih, Bantul)	41	33%
Bank Sampah Dados Artho (Balai RW 06 Brotokusuman, Mergangsan, Brotokusuman, kec.Mergangsan, Kota Yogyakarta)	40	32%
Total	124	100%

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 2 di atas, terdapat 6 butir pernyataan pada variabel tujuan pembangunan sosial berkelanjutan (X1), 3 butir pernyataan pada variabel tujuan pembangunan berkelanjutan ramah lingkungan (X2), 4 butir pernyataan pada variabel sikap (X3), 5 butir pernyataan pada variabel niat (Y1), dan 6 butir pernyataan pada variabel perilaku hijau (Y2). Hasil uji validitas konvergen dalam penelitian ini semua pernyataan memiliki nilai outer loading $\geq 0,7$. Nilai *Average Variance Extraced* (AVE) semuanya $> 0,50$. Hal ini berarti secara keseluruhan sudah valid secara konvergen dan pernyataan yang diajukan oleh peneliti dapat dipahami dengan baik responden.

Tabel 2.
Uji Validitas

	Tujuan sosial (X1)	Tujuan ramah lingkungan (X2)	Sikap (X3)	Niat (Y1)	Perilaku hijau (Y2)	<i>P-value</i>
X1.1	(0.931)	-0.126	0.009	0.194	-0.257	<0,001
X1.2	(0.866)	-0.025	-0.173	0.388	-0.161	<0,001
X1.3	(0.871)	-0.013	0.089	-0.058	0.340	<0,001
X1.4	(0.947)	-0.046	0.235	0.089	0.081	<0,001
X1.5	(0.883)	-0.155	-0.064	-0.283	0.087	<0,001
X1.6	(0.929)	0.356	0.057	-0.324	-0.077	<0,001
X2.1	0.180	(0.933)	0.041	-0.376	-0.225	<0,001
X2.2	0.032	(0.938)	0.070	0.115	0.055	<0,001
X2.3	-0.230	(0.862)	-0.121	0.281	0.183	<0,001
X3.1	0.440	0.164	(0.913)	-0.137	-0.383	<0,001
X3.2	-0.403	0.132	(0.898)	0.165	0.038	<0,001
X3.3	-0.657	-0.248	(0.806)	0.316	0.593	<0,001
X3.4	0.538	-0.069	(0.936)	-0.296	-0.174	<0,001
Y1.1	0.435	-0.031	-0.044	(0.920)	-0.205	<0,001
Y1.2	0.126	-0.399	0.048	(0.797)	0.366	<0,001
Y1.3	0.026	0/146	-0.030	(0.917)	-0.200	<0,001
Y1.4	0.048	0.194	-0.052	(0.934)	-0.062	<0,001
Y1.5	-0.671	0.037	0.092	(0.849)	0.163	<0,001
Y2.1	0.750	0.124	-0.032	-0.348	(0.880)	<0,001
Y2.2	-0.310	0.145	-0.023	0.089	(0.926)	<0,001
Y2.3	-0.413	-0.253	0.044	0.232	(0.880)	<0,001
Y2.4	0.617	0.160	-0.058	-0.285	(0.905)	<0,001
Y2.5	-0.220	0.061	0.027	0.079	(0.930)	<0,001
Y2.6	-0.413	-0.253	0.044	0.232	(0.880)	<0,001

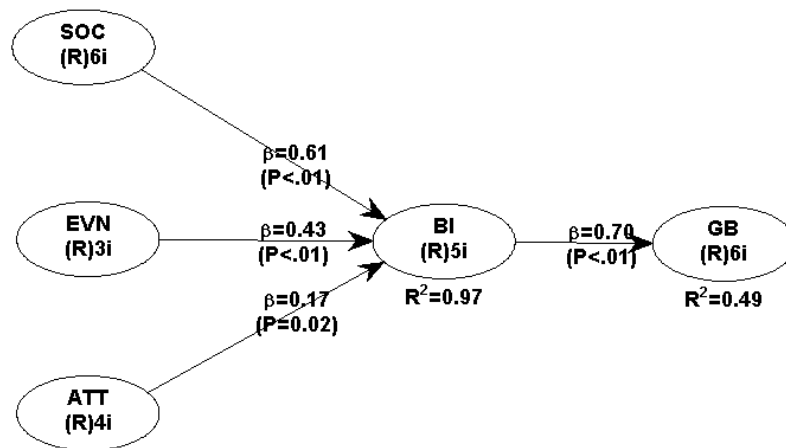
Sumber: Data diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan Tabel 3, diperoleh hasil uji reliabilitas cronbach's alpha dan composite reliability bahwa seluruh variable memiliki nilai *cronbach's alpha* $>0,60$ dan *composite reliability* $>0,70$ sebagai syarat reliabilitas. Berdasarkan hal tersebut jawaban – jawaban responden dari seluruh variabel penelitian dinyatakan reliabel.

Tabel 3.
Uji Reliabilitas

Variabel	Composite reliability	Cronbach's alpha	Keterangan
Tujuan pembangunan sosial berkelanjutan (X1)	0.964	0.956	Reliabel
Tujuan pembangunan berkelanjutan ramah lingkungan (X2)	0.936	0.898	Reliabel
Sikap (X3)	0.938	0.911	Reliabel
Niat (Y1)	0.947	0.930	Reliabel
Perilaku hijau (Y2)	0.963	0.953	Reliabel

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25



Gambar 2. Hasil Uji Hipotesis

Pengaruh tujuan pembangunan sosial berkelanjutan terhadap niat

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa tujuan pembangunan sosial berkelanjutan (X1) yang digalakkan oleh perusahaan *Le Minerale* berpengaruh positif signifikan terhadap niat program recycle point (Y1). Hal ini dibuktikan pada hasil analisis koefisien jalur (*path analysis*) sebesar 0,608 dan *P-value* sebesar <0,001 di mana nilai tersebut kurang dari taraf signifikansi yang ditetapkan yaitu sebesar 0,05. Nilai signifikansi di bawah 5% atau 0,05 menunjukan bahwa tujuan Pembangunan sosial berkelanjutan berpengaruh terhadap niat. Berdasarkan dari hasil hipotesis pertama yaitu tujuan Pembangunan sosial berkelanjutan berpengaruh positif signifikan terhadap niat pada program recycle point Le Minerale. Pengaruh positif yaitu tujuan Pembangunan sosial berkelanjutan memiliki pengaruh yang searah dengan niat. Dengan demikian semakin tinggi tujuan Pembangunan sosial berkelanjutan maka semakin meningkatkan niat bergabung pada program *recycle point* Le Minerale. Tujuan perusahaan terkait pembangunan sosial berkelanjutan memiliki pengaruh positif

dan searah dengan niat masyarakat untuk mengikuti program *recycle point* Le Minerale. Sehingga, agar tercipta dorongan dan niat lebih besar masyarakat untuk mengikuti program *recycle point* Le Minerale, maka diperlukan tujuan perusahaan Le Minerale yang berdedikasi tinggi pula. Hal ini tentu mendukung SDG's poin ke 12 yaitu pembangunan produksi dan konsumsi seperti pada penelitian yang menyebutkan bahwa pemberdayaan masyarakat melalui program tanggung jawab sosial merupakan bentuk usaha yang berdampak positif bagi masyarakat sekitar keberlanjutan.

Menurut pendapat responden melalui wawancara diperoleh bahwa menyatakan bahwa program positif yang dilakukan Le Minerale merupakan bukti sangat penting untuk menjaga lingkungan. Hal ini di dukung oleh penelitian dari Green dan Thompson (2021) juga menyatakan bahwa program-program yang mendukung SDGs lingkungan, seperti kampanye daur ulang dan pengurangan limbah, secara signifikan meningkatkan niat berperilaku hijau masyarakat. Hal ini juga di dukung penelitian oleh Bhutto, dkk (2023) mengemukakan bahwa tujuan sosial normatif berpengaruh signifikan terhadap niat konsumen untuk mendaur ulang e-waste. Hal ini memperkuat hasil penelitian di mana tujuan sosial *Le Minerale* dapat membangun niat masyarakat untuk melakukan *recycling point*. Sehingga, dari ketiga penelitian di atas keduanya memperkuat hasil dari penelitian ini yang menyatakan bahwa tujuan sosial dapat membangun niat masyarakat untuk melakukan *recycling point*.

Pengaruh tujuan pembangunan berkelanjutan ramah lingkungan terhadap niat

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa tujuan berkelanjutan ramah lingkungan (X2) yang digalakkan oleh perusahaan Le Minerale berpengaruh positif signifikan terhadap niat mengikuti program *recycle point* (Y1). Hal ini dibuktikan pada hasil analisis koefisien jalur (*path analysis*) sebesar 0,432 dan *P-value* sebesar <0,001 di mana nilai tersebut kurang dari taraf signifikansi yang ditetapkan yaitu sebesar 0,05. Hasil penelitian yang telah dilakukan dapat membuktikan hipotesis kedua yaitu tujuan perusahaan dalam membangun situasi ramah lingkungan berpengaruh signifikan terhadap niat konsumen untuk melakukan kegiatan bank sampah dapat terdukung. Dengan demikian semakin tinggi tujuan Pembangunan berkelanjutan ramah lingkungan maka semakin meningkat niat konsumen bergabung pada program *recycle point* Le Minerale. Tujuan perusahaan terkait pembangunan kehidupan ramah lingkungan memiliki pengaruh positif dan searah dengan niat masyarakat untuk mengikuti kegiatan bank sampah. Sehingga, agar tercipta dorongan dan niat lebih besar masyarakat untuk mengikuti program *recycle point*, maka diperlukan *branding* perusahaan yang mengusung tema ramah lingkungan oleh Le Minerale. Dengan kata lain, hal ini mempromosikan tujuan berkelanjutan poin 12 yaitu produksi dan konsumsi.

Menurut pendapat responden melalui wawancara diperoleh bahwa sadar pentingnya menjaga kebersihan lingkungan dan rutin memilah sampah plastik seperti botol dan galon le minerale seekali pakai dan sampah lainnya yang bisa di daur ulang . Hal ini didukung penelitian yang telah dilakukan oleh Kautish, dkk

(2019) dapat disimpulkan bahwa tujuan ramah lingkungan, seperti kesadaran lingkungan dan keinginan untuk berperilaku ramah lingkungan, berpengaruh signifikan terhadap niat konsumen untuk melakukan daur ulang. Studi tersebut menunjukkan bahwa kesadaran lingkungan dan niat untuk mendaur ulang dapat memoderasi pengaruh efektivitas konsumen yang dipersepsikan (PCE) dan kesediaan untuk bersikap ramah lingkungan (WEF) terhadap perilaku pembelian produk ramah lingkungan (Green Purchase Behavior, GPB). Artinya, semakin tinggi kesadaran lingkungan seseorang, semakin besar kemungkinan mereka akan memiliki niat untuk berpartisipasi dalam kegiatan ramah lingkungan seperti recycling (Kautish, 2019).

Pengaruh sikap terhadap niat

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa sikap konsumen (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap niat mengikuti program *recycle point* Le Minerale (Y1). Hal ini dibuktikan pada hasil analisis koefisien jalur (*path analysis*) sebesar 0,172 dan *P-value* sebesar 0,023 di mana nilai tersebut kurang dari taraf signifikansi yang ditetapkan yaitu sebesar 0,05. Hasil penelitian yang telah dilakukan dapat membuktikan hipotesis tiga yaitu sikap masyarakat terhadap lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap niat konsumen untuk melakukan program bank sampah dapat terdukung. Pengaruh positif yaitu sikap memiliki pengaruh yang searah terhadap niat. Dengan demikian, semakin tinggi sikap mereka semakin meningkatnya niat untuk berkontribusi pada program *recycle point* Le Minerale.

Menurut pendapat responden melalui wawancara bahwa ketika individu memiliki sikap positif terhadap pelestarian lingkungan, mereka cenderung lebih sadar akan pentingnya pengelolaan sampah yang bertanggung jawab dan mendukung inisiatif seperti bank sampah. Hal ini sejalan dengan temuan dari Sari (2020), yang menunjukkan bahwa sikap yang kuat dan dukungan terhadap kebijakan lingkungan mempengaruhi niat, yang pada gilirannya mendorong perilaku hijau seperti penggunaan produk ramah lingkungan dan pengurangan limbah. Sikap positif dan dukungan dari masyarakat serta organisasi terhadap program ini menunjukkan partisipasi aktif dalam upaya mencapai konsumsi dan produksi yang berkelanjutan sesuai dengan target SDGs ke-12. Dengan demikian, penguatan sikap pro-lingkungan di kalangan masyarakat dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan partisipasi dalam program bank sampah dan upaya pengelolaan lingkungan lainnya (Prasetyo & Nugroho, 2024).

Pengaruh niat terhadap perilaku hijau

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa niat konsumen (Y1) berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku mengikuti program *recycle point* Le Minerale (Y2). Hal ini dibuktikan pada hasil analisis koefisien jalur (*path analysis*) sebesar 0,702 dan *P-value* sebesar <0,001 di mana nilai tersebut kurang dari taraf signifikansi yang ditetapkan yaitu sebesar 0,05. Hasil penelitian yang telah dilakukan dapat membuktikan hipotesis empat yaitu niat masyarakat dalam mengikuti program program *recycle point* Le Minerale berpengaruh positif signifikan terhadap relaisasi perilaku konsumen untuk

melakukan program ramah lingkungan dapat terdukung. Pengaruh positif yaitu niat memiliki pengaruh yang searah terhadap perilaku hijau. Dengan demikian, semakin tinggi niat konsumen berkontribusi pada program *recycle point* Le Minerale maka semakin meningkat untuk berperilaku hijau.

Menurut pendapat responden melalui wawancara diperoleh bahwa seseorang memiliki niat yang kuat untuk melakukan suatu tindakan, niat tersebut biasanya akan mengarahkan mereka pada perilaku nyata. Namun, jika niat ini lemah atau tidak ada, maka perilaku yang diharapkan cenderung tidak terjadi. Niat yang kuat seringkali dipengaruhi oleh sikap positif, keyakinan, dan persepsi tentang manfaat dari tindakan tersebut. Oleh karena itu, untuk mendorong perilaku yang diinginkan, penting untuk meningkatkan niat individu melalui peningkatan kesadaran dan pemahaman mereka terhadap manfaat dan kemudahan dari tindakan tersebut (Prabandari dan Ansorah, 2023). Hal ini sejalan dengan penelitian Menurut Yuliani (2020) yang menunjukkan bahwa individu dengan niat yang tinggi lebih mungkin untuk terlibat dalam tindakan hijau seperti daur ulang, pengurangan penggunaan plastik, dan partisipasi dalam program lingkungan. Hasil hipotesis ini juga didukung oleh penelitian yang menyatakan bahwa niat secara signifikan memengaruhi perilaku mengikuti *recycling point* (Astuti dan Linarti, 2020).

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian ”Pengaruh Tujuan Pembangunan Sosial Berkelanjutan, Tujuan Pembangunan Berkelanjutan Ramah Lingkungan, Sikap, Terhadap Niat dan Perilaku Hijau Pada Program *Recycle Point* Le Minerale di Daerah Istimewa Yogyakarta didapatkan simpulan di mana semua hipotesis dinyatakan terdukung. Hasil lebih luas pada penelitian ini ditemukan adanya pengaruh signifikan pada tujuan pembangunan sosial berkelanjutan dan tujuan pembangunan berkelanjutan ramah lingkungan maka sejalan dengan program *recycle point* yang dilakukan oleh Le Minerale bahwa dengan adanya tujuan SDGs ke-12 bentuk dari produksi dan konsumsi yang bertanggung jawab itu penting. Dengan adanya program *recycle point* akan meningkatkan niat konsumen dalam berperilaku ramah lingkungan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku hijau konsumen untuk ikut berpartisipasi dalam program *recycle point* Le Minerale dipengaruhi oleh niat. Sedangkan niat tersebut dipengaruhi oleh tujuan pembangunan sosial berkelanjutan, tujuan pembangunan berkelanjutan ramah lingkungan, dan sikap konsumen terhadap program *recycle point* Le Minerale. Hasil penelitian ini bermanfaat untuk mengembangkan teori-teori yang terkait dengan perilaku konsumen dalam berperilaku ramah lingkungan, khususnya terkait dengan penggunaan produk ramah lingkungan dan partisipasi dalam program daur ulang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfirahmi, D. M., & Kania, D. S. (2023). Rancang Bangun Aplikasi Pengelolaan Sampah Plastik Menggunakan Pendekatan Design Thinking. *Dadang Yusup INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 219–233.
- Alimbuidono, Lia Sandra. (2020). *Konsep Pengetahuan Akuntansi Manajemen Lingkungan*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.
- Amirya, Mirna., Gugus Irianto. 2023. Tantangan Implementasi Sustainable Development Goals (SDGs) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, 9(1): 187-198.
- Anggraini, S. S., & Syahrinullah. (2023). Pengaruh Green Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Le Minerale. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 2(1), 2656–6265.
- Annaw, Mohammad. 2015. Rekayasa Lingkungan Binaan Secara Bijaksana dan Sesuai Kearifan Lokal (Genius Loci) di Kota Gorontalo. *Radial*, 3(1): 95.
- Annur, Cindy Mutia. 2023. *Sampah Indonesia Bertambah pada 2020, Terbanyak dalam Empat Tahun*. Katadata.co.id. Diakses pada tanggal 22 November 2023. Sampah Indonesia Bertambah pada 2022, Terbanyak dalam Empat Tahun (katadata.co.id).
- Apriyanti, Y., Lorita, E., & Yusuarsono, Y. (2019). Kualitas Pelayanan Kesehatan Di Pusat Kesehatan Masyarakat Kembang Seri Kecamatan Talang Empat Kabupaten Bengkulu Tengah. *Professional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 6(1).
- Arbintarso, E. S., & Nurnawati, E. K. (2022). Peranan Keluarga dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Lingkungan Melalui Daur Ulang Limbah Plastik Rumah Tangga (The Family Role in Improving Environmental Quality Through Domestic Plastic Waste Recycling). *Jurnal Berdaya Mandiri*, 4(3).
<https://www.google.com/maps/place/Trukan,+Piyono,+Ngombol,+Purwo+rejo>
- Ardani, N. K. Sri., Luh P. Mahyuni. 2020. Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Manfaatnya bagi Perusahaan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(1): 12-23.
- Aryawan, M., Rahyuda, I. K., & Ekawati, N. W. (2017). Pengaruh faktor corporate social responsibility (aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan) terhadap citra perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6, No. 2, 2017: 604-633.
- Astuti, R. D., & Linarti, U. (2020). *Model perilaku partisipasi warga di bank sampah (studi kasus di Bantul, DIY)*. Universitas Ahmad Dahlan.

- Aulia, D. C., Kiswanto Situmorang, H., Fauzy Habiby Prasetya, A., Fadilla, A., Safira Nisa, A., Khoirunnisa, A., Farhan, D., Nur, D., Nindya, aini, Purwantari, H., Octaviani Dwi Jasmin, I., Aulia Akbar, J., Mesrina Cicionta Ginting, N. B., & Fadhilah Lubis, R. (2021). Peningkatan Pengetahuan dan Kesadaran Masyarakat tentang Pengelolaan Sampah dengan Pesan Jepang. *Jurnal Pengabdian Kesehatan Masyarakat (Pengmaskemas)*, 1(1), 62–70. <https://doi.org/10.31849/pengmaskemas.v1i1/5516>
- Bhutto, M. Y., Rüteliönè, A., Šeinauskienè, B., & Ertz, M. (2023). Exploring factors of e-waste recycling intention: The case of generation Y. *PLoS ONE*, 18(10), e0287435. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0287435>
- Budiarti, M., & Raharjo, S. T. (2014). *Corporate social responsibility (Csr) Dari sudut pandang perusahaan. Share : Social Work Journal*, 4(1). <https://doi.org/10.24198/share.v4i1.13045>
- Capah, Bintang M., Hadiyanto A. Rachim., Santoso Tri Raharjo. (2023). Implementasi SDG'S-12 Melalui Pengembangan Komunitas dalam Program CSR. *Share: Social Work Journal*, 13(1): 150-161.
- Cheung, M. F., & To, W. M. (2019). An extended model of value-attitude-behavior to explain Chinese consumers' green purchase behavior. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 50, 145-153.
- Colantonio, A. (2017). Social sustainability: a review and critique of traditional versus emerging themes and assessment methods. Sue-Mot Conference 2009: Second International Conference on Whole Life Urban Sustainability and Its Assessment, 865–885. <http://eprints.lse.ac.uk/35867/>
- Efni Salam, N., & Awza, R. (t.t.). PENGELOLAAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN.
- Elafansa, S., Hartono, A. (2023). Pengaruh Sikap Ramah Lingkungan, Kepedulian Lingkungan dan Afeksi Lingkungan Terhadap Pembelian Produk Hijau . *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2).doi:<https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i2>
- Fitranadi, A. P., Widodo, T., & Goniah, G. (2021). Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Variabel Mediator Citra Perusahaan pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. *e-Proceeding of Management*, 8(6).
- Fitri, Ismail & Megawati Simanjuntak. (2022). Peningkatan Perilaku Konsumsi Hijau Konsumen Muda Indonesia. *POLICYBRIEF*, 4(3): 2.
- Fitriani, A. (2022) *PENGARUH GREEN PRODUCT KNOWLEDGE DAN GREEN PERCEIVED RISK TERHADAP MINAT BELI YANG DIMEDIASI OLEH GREEN TRUST (Studi Kasus pada Air Mineral Galon Le Minerale)* (Bachelor's thesis).

- Furuoka, F., & Munir, Q. (2019). Factors Affecting Consumers' Green Purchase Intention: A Review from the Perspectives of Developed and Developing Countries. *Sustainability*, 11(2), 461. <https://doi.org/10.3390/su11020461>
- Ghozali. 2018. Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Halim, J. K., Rahardja, C., & Margaretha, S. (2018). Respon Konsumen terhadap Iklan Email dari Biro Tur dan Perjalanan di Indonesia. *Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 7(2), 2362-2377.
- Han, H., & Kim, Y. (2010). An investigation of green hotel customers' decision formation: Developing an extended model of the theory of planned behavior. *International journal of hospitality management*, 29(4), 659-668.
- Hasibuan, R. (2016). Analisis dampak limbah/sampah rumah tangga terhadap pencemaran lingkungan hidup. *Jurnal Ilmiah Advokasi*, 4(1), 42-52.
- Herman, A. (2020). *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI TANGGUNGJAWAB KONSTITUSIONAL PERUSAHAAN (Analisis Program PLN Peduli Objek Wisata Silahisabungan PT PLN (Persero) Unit Induk Wilayah Sumatera Utara dalam Meningkatkan Ekonomi Kreatif sebagai Bentuk Tanggungjawab Konstitusional BUMN)* (Doctoral dissertation, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta).
- Huang, Y. H. (2020). Understanding green purchase behavior: A theoretical framework. *Management Decision*, 52(2), 350-365.
- Humairoh & Mohammad Annas. (2022). Faktor Penentu Perilaku Hijau untuk Mengurangi Kantong Belanja Plastik. *Jurnal Manajemen (Edisi Elektronik)*, 13(3): 413.
- Intan, T., & Wardiani, S. R. (2019). Kampanye zero waste sebagai Gaya hidup pada mahasiswa Dan ibu rumah tangga Di jatimangor (Analisis situasional Dan rencana solusi). *JURNAL DAYA-MAS*, 4(1), 5-13.
- Irvanto, O., & Sujana. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger (Survey Persepsi Komunitas Pecinta Alam di Kota Bogor. *JIMKES*, 8(2), 105-126.
- Islam, D. (2018). Tinjauan penerapan konsep green marketing dalam pelestarian lingkungan. *Jurnal Pamator: Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo*, 11(1), 10-18.
- Iswanto, I., Sudarmadji, S., Wahyuni, E. T., & Sutomo, A. H. (2016). Timbulan Sampah B3 Rumahtangga Dan Potensi Dampak Kesehatan Lingkungan Di Kabupaten Sleman, YOGYAKARTA (Generation of Household Hazardous Solid Waste and Potential Impacts on Environmental Health

- in Sleman Regency, YOGYAKARTA). *Jurnal Manusia dan Lingkungan*, 23(2), 179-188.
- Jakarta. Kementerian Kesehatan RI. (2019). Hasil Utama RISKESDAS 2018. Diakses pada 26 Januari 2024. https://kesmas.kemkes.go.id/assets/upload/dir_519d41d8cd98f00/files/Hasil-riskesdas-2018_1274.pdf.
- Jebarajakirthy, C., & Lobo, A. C. (2014). War affected youth as consumers of microcredit: An application and extension of the theory of planned behaviour. *Journal of retailing and consumer services*, 21(3), 239-248.
- Kautish, P., Paul, J., & Sharma, R. (2019). The moderating influence of environmental consciousness and recycling intentions on green purchase behavior. *Journal of Cleaner Production*, 228, 1425–1436. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.04.389>
- Khoiruman, M., Mugi Harsono. 2023. Perluasan Theory of Planned Behavior dalam Penelitian Perilaku Hijau. *ProBank: Jurnal Ekonomi dan Perbankan*, 8(1): 10-26.
- Kostadinova, E. (2016). Sustainable consumer behavior: Literature overview. *Economic Alternatives*, 2, 224-234.
- Kristiana, R., & Aqmala, D. (2023). Pengaruh Kesadaran Lingkungan, Kepedulian Lingkungan, Pengetahuan Produk dan Ketersediaan Membayar Terhadap Minat Pembelian Produk Ramah Lingkungan Pada “The Body Shop” Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 16(2), 422–436.
- Kurnia, Afdal., Amanda Shaura., S. T. Raharjo., Risna Resnawaty. 2019. Sustainable Development dan CSR. *Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3): 231-237.
- Kusumawati, A., & Tiarawati, M. (2022). Pengaruh Green Perceived Risk dan Green Packaging Terhadap Green Purchase Intention Pada Produk Skincare Avoskin (Studi Pada Konsumen Terhadap Niat Beli Produk Avoskin). *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 1(10), 2071–2084. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i10.305>
- Kuswati, R., Soepatini, S., Vrasica, R., & Rayyantika, F. (2021). Instruments Validation of Pro-Environmental Behaviour Model. In *Prosiding University Research Colloquium* (pp. 525-537).
- Lestari, T. R. P. (2019). Menyoal pengaturan konsumsi minuman beralkohol di Indonesia. *Aspirasi: Jurnal Masalah-masalah Sosial*, 7(2), 127-141.
- Lutfia, A., Amaluddin, & Mustari, A. M. (2021). Peran Corporate Social Responsibility Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Pt.Gunung Verbeck Karebbe Luwu Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 2(2).

- Luukkanen, J., Kaivo-oja, J., Vähäkari, N., O'Mahony, T., Korkeakoski, M., Panula-Ontto, J., Phonhalath, K., Nanthavong, K., Reincke, K., Vehmas, J., & Hogarth, N. (2019). Green economic development in Lao PDR: A sustainability window analysis of Green Growth Productivity and the Efficiency Gap. *Journal of Cleaner Production*, 211, 818–829. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.11.149>
- Mahrinasari. (2020). *PERILAKU KONSUMSI PRODUK HIJAU : Perspektif Theory of Reasoned Action (TRA), Theory of Planned Behavior (TPB), dan Theory of Consumer Behavior (TCV) Theory of Consumer Behavior (TCV)*.
- Maliana. (2020). Partial Least Squares-Structural Equation Modeling Pada Hubungan Antara Tingkat Kepuasan Mahasiswa Dan Kualitas Google Classroom Berdasarkan Metode Webqual 4.0. *Jurnal Matematika Statistik & Komputasi*. 16 (2): 174-186
- Martana, I Made Y., I. G. A. K. Sri Ardani. 2018. Peran Sikap dalam Memediasi Pengaruh Kesadaran Lingkungan Terhadap Niat Beli Ulang Produk Minuman Kemasan Hijau. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(10): 5478-5507.
- Mulati, Ima R., Rini Kuswati. 2022. Pengaruh Sikap Lingkungan Terhadap Perilaku Pro Lingkungan yang Dimediasi oleh Kepedulian Lingkungan dan Kemauan Membayar Lebih. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 18(3): 157-167.
- Ningtyas, C. P., Kambolong, M., & Makmur, M. (2022). Implementasi corporate social responsibility studi pada PT. Aneka Tambang Tbk. UBPN Sulawesi Tenggara. *Journal Publicuho*, 5(4), 1091–1112. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v5i4.50>
- Pebrianti, Wenny. (2012). Analisis Pengaruh Kesadaran Lingkungan dan Harga Premium terhadap Niat Beli Produk Hijau di Pontianak. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(1): 74.
- Prabandari, A.D. and Ansoriyah, F., 2023. Pengaruh persepsi kegunaan, kemudahan, sikap, niat pengguna terhadap kenyataan penggunaan aplikasi SiPolgan. *Jurnal Mahasiswa Wacana Publik*, 3(2), pp.312-326.
- Prasetyo, A. and Nugroho, A., 2024. Peranan sikap lingkungan dalam terbentuknya niat berperilaku hijau di kalangan mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto. *Economics, Social and Humanities Journal (Esochum)*.
- Priliantini, A., Krisyanti, K., & Situmeang, I. V. (2020). Pengaruh Kampanye# PantangPlastik terhadap Sikap Ramah Lingkungan (Survei pada Pengikut Instagram@ GreenpeaceID). *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 9(1), 40-51.
- Pujiati. 2023. *Patahkan Stigma Nyampah dengan Galon Sekali Pakai, Le Minerale Sediakan Drop point Sampah Plastik Daur Ulang*. Hops.id.

Diakses pada tanggal 22 Desember 2023. Patahkan stigma nyampah dengan galon sekali pakai, Le Minerale sediakan *drop point* sampah plastik daur ulang - Hops ID.

- Purba Ramen A, dkk. 2021. Media dan Teknologi Pembelajaran. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Rahmatia, A. R., & Alfi, Y. L. (2024). Strategi Pengembangan Pengelolaan Galon Plastik Le Mineral Sekali Pakai Untuk Keberlanjutan Terhadap Lingkungan. *Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, dan Humaniora*, 2(1), 309–317.
- Ramayah, T., & Lee, J. W. C. (2018). Online Green Purchase Intention: A Theoretical Framework and Empirical Study on Consumers in Malaysia. *International Journal of Business and Society*, 13(1), 69–90.
- Rosyada, F. A., & Dwijayanti, R. (2023). Pengaruh Green Marketing dan Green Product Terhadap Keputusan Pembelian Produk SUKIN. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(3).
- Sari, M. (2020). Perilaku Konsumsi Produk Hijau: Perspektif Theory Of Reasoned Action (Tra), Theory Of Planned Behavior (Tpb), Dan Theory Of Consumer Behavior (Tcv). *Lampung: Pustakamedia*.
- Setiowati, A. K., & By, J. (n.d.). Sikap online shopping dan niat pencarian informasi terhadap niat dan perilaku belanja.
- Stia Rini, N. W., Putu, D. A. N., Prayudi, I. N. S., & Windia, P. W. A. (2017). Analysis of Green Purchase Intention of Consumer Through Theory of Planned Behavior (TPB). *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(2), 79–86.
- Sudirjo, F., Susanto, S., Ikhbar, S., Novita, Y., & Suprianto, G. (2023). ANALYSIS OF THE EFFECT OF GREEN PRODUCT KNOWLEDGE, GREEN TRUST AND GREEN PERCEIVED RISK ON PURCHASE INTENTION OF LE MINERALE GALLON PRODUCT CUSTOMERS. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 7009-7014.
- Sugiarto, A., & Gabriella, D. A. (2020). KESADARAN DAN PERILAKU RAMAH LINGKUNGAN MAHASISWA DI KAMPUS. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 9(2), 260. <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v9i2.21061>
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Cetakan ke 23. Bandung: Alfabeta
- Tan, B. (2011). The roles of knowledge, threat, and PCE on green purchase behaviour. *International Journal of Business and Management*, 6(12). <https://doi.org/10.5539/ijbm.v6n12p14>
- Trivaika, E., & Senubekti, M. A. (2022). Perancangan Aplikasi Pengelola Keuangan Pribadi Berbasis Android. *Nuansa Informatika*, 16(1), 33-40.

- Tsai, W. H. S., Shih, C. W., & Chang, C. Y. (2018). What Drives Green Consumption? A Post-Earthquake Survey of Residents in Southern Taiwan. *Sustainability*, 8(2), 123. <https://doi.org/10.3390/su8020123>
- Vicentini, M. D. B., Torres, E. A., & Bonilla, S. H. (2018). Social Sustainability and Its Indicators: A Review of Literature and Frameworks. *Sustainability*, 10(4), 1348. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su10041348>
- Widya, G., Wicaksono, A., & Rahayu, R. (2020). Factors influencing green purchase intention in Indonesia: a literature review. *Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 7(11), 659–666.
- Widya, P. R., Kristianto, A. H., & Jimmi, J. (2020). MODEL PERILAKU ANGGOTA KLUB MOTOR DI BENGKAYANG: PENDEKATAN EKSPLORATORIS. *Jurnal Maneksi*, 9(1), 317-321.
- Wijonarko, G., & Amaliyah, A. (2023). Peran Green Human Resource Management dalam Implementasi CSR Pengelolaan Lingkungan yang Berkelanjutan di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 14(1), 80-88.
- Wong, Gary. “The Positive Impact of Corporate Social Responsibility: Hugill & Ip Solicitors.” *Hugill & Ip Solicitors | Independent Law Firm in Hong Kong*, Gary Wong https://www.hugillandip.com/Wp-Content/Uploads/2021/08/Hugill-and-Ip-Solicitors-Gary-Wong_500x700-2-96x96.Jpg, 29 June 2020, www.hugillandip.com/2020/02/the-positive-impact-of-corporate-social-responsibility/.
- Yadav, R., & Pathak, G. S. (2017). Determinants of consumers' green purchase behavior in a developing nation: Applying and extending the theory of planned behavior. *Ecological economics*, 134, 114-122.
- Yazdanifard R, Mercy IE. 2011. The impact of green marketing on customer satisfaction and environmental safety. *International Conference on Computer Communication and Management* 5(1):637–641
- Zahra, S. R., & Hardiyanto, N. (2022, August). Memprediksi Niat Beli Konsumen pada Produk Hijau: dengan Menggunakan TPB dan Kesadaran Lingkungan (Studi Kasus pada Produk Kecantikan Hijau Avoskin). In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 13, No. 01, pp. 1297-1303)