

Minat Beli Generasi Z terhadap *Tumbler* dan Sedotan Ramah Lingkungan

Generation Z's Purchase Intention towards Tumbler and Straw Eco-friendly

Nisa Nurul Fitri*, Eliana Wulandari, Muhammad Arief Budiman, Ernah

Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran
Jl. Raya Bandung - Sumedang Km. 21 Jatinangor
*Email: nisa.nft@gmail.com
(Diterima 28-09-2023; Disetujui 18-11-2023)

ABSTRAK

Dunia saat ini sedang mengalami masalah kerusakan lingkungan, salah satunya disebabkan oleh masalah sampah yang didominasi oleh plastik. Namun, generasi Z sebagai penerus bangsa dan generasi informasi diharapkan dapat mengurangi penggunaan plastik demi berkurangnya kerusakan lingkungan. Penelitian ini berfokus pada Generasi Z yang merupakan Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran dengan tujuan 1) Mengetahui tingkat kesadaran lingkungan, sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, dan minat beli, 2) Mengetahui faktor yang memengaruhi minat beli *tumbler* dan sedotan ramah lingkungan, dan 3) Nilai kesediaan membayar dan faktor yang memengaruhinya. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji deskriptif, uji regresi linear berganda, uji CVM, dan uji regresi logistik. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa tingkat kesadaran lingkungan, sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, dan minat beli terhadap produk *tumbler* dan sedotan ramah lingkungan berada di tingkat baik. Faktor yang berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk *tumbler* dan sedotan ramah lingkungan adalah kesadaran lingkungan, sikap, dan persepsi kontrol perilaku, sedangkan norma subjektif tidak berpengaruh signifikan. Nilai *Willingness to Pay* Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran pada produk *tumbler* adalah sebesar Rp.44.645 dan untuk sedotan ramah lingkungan sebesar Rp.13.685. *Willingness to Pay* tersebut dipengaruhi jenis kelamin dan pendapatan.

Kata kunci: generasi z, sedotan, tumbler, kesediaan membayar

ABSTRACT

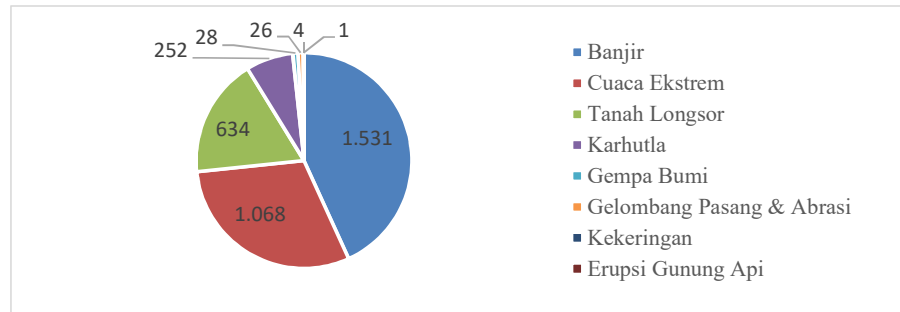
The world is currently experiencing environmental damage, it's caused by the problem of waste that dominated by plastic. However, Generation Z as the nation's successor and information generation is expected to reduce the use of plastic to reduce environmental damage. This research focuses on Generation Z: student of Faculty of Agriculture, Padjadjaran University with the aim of 1) knowing the level of environmental awareness, attitudes, subjective norms, perceived behavioral control, and purchase intention, 2) knowing the factors that influence purchase intention for tumbler and eco-friendly straw products, and 3) the value of willingness to pay and the factors that influence it. This research was conducted using descriptive tests, multiple linear regression tests, CVM tests, and logistic regression tests. Based on the results of the analysis, it is known that the level of environmental awareness, attitudes, subjective norms, perceived behavioral control, and purchase intention are at a good level. Factors that have a significant effect are environmental awareness, attitudes, and perceived behavioral control, while subjective norms do not have a significant effect. Willingness to Pay value on tumbler is Rp.44.645 and eco-friendly straws is Rp.13.685. Willingness to Pay is influenced by gender and income.

Keywords: generation z, straw, tumbler, willingness to pay

PENDAHULUAN

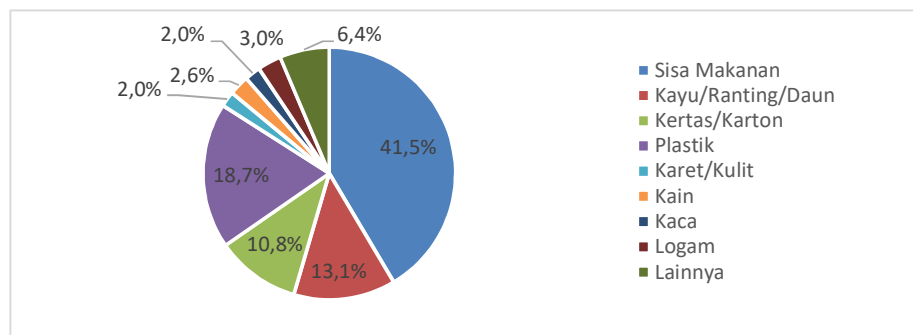
Isu yang seakan tidak pernah usi baik itu secara global maupun nasional adalah isu mengenai kerusakan lingkungan. Kerusakan lingkungan adalah suatu keadaan di mana terjadi kerusakan pada komponen—komponen yang terdapat di lingkungan sekitar (Juanda and Ali 2022). Pendapat lain menyebutkan bahwa kerusakan lingkungan adalah terjadinya ketidaksesuaian yang menyebabkan memburuknya kondisi lingkungan melalui menurunnya kuantitas maupun kualitas asset alam seperti udara, air, dan tanah termasuk ekosistem, pencemaran lingkungan, pembasmian satwa liar, dan intrusi habitat (Rijal, *et al.*, 2020). Kerusakan lingkungan yang menjadi perhatian dunia saat ini disebabkan oleh dua faktor, yaitu faktor alam dan faktor manusia (Riskanita and Widowaty 2019). Faktor alam di antaranya yaitu bencana alam seperti gempa bumi, tanah longsor, gunung berapi meletus, tsunami, dan lain sebagainya. Sementara itu faktor manusia yang menyebabkan kerusakan lingkungan adalah karena dilakukannya perilaku yang tidak bertanggung jawab, seperti menebang pohon secara liar, konversi lahan, dan membuang sampah sembarangan.

Indonesia merupakan negara yang tidak dapat terlepas dari kerusakan alam terutama yang disebabkan oleh faktor/bencana alam. Pada tahun 2022, bencana alam yang terjadi di Indonesia adalah sebanyak 3.544 kali. Secara lengkap ditampilkan melalui gambar berikut ini:



Gambar 1. Total Bencana Alam di Indonesia

Berdasarkan gambar diketahui bahwa banjir menempati posisi pertama yaitu terjadi sebanyak 1.531 kali di sepanjang tahun 2022 di Indonesia kemudian diikuti oleh cuaca ekstrem dan tanah longsor. Banjir merupakan bencana alam yang kerap terjadi karena ulah manusia seperti penebangan hutan secara liar, sehingga mengakibatkan berkurangnya daerah penyerapan air dan membuang sampah sembarangan. Sampah yang dibuang oleh manusia sehingga menyebabkan banjir sebagian besar adalah sampah plastik. Plastik merupakan salah satu penyumbang limbah terbesar sehingga selalu menjadi salah satu perhatian utama dalam menghadapi masalah sampah.



Gambar 2. Komposisi Sampah Berdasarkan Jenis Plastik

Berdasarkan gambar diketahui bahwa plastik menduduki posisi kedua setelah sisa makanan. Plastik seakan tidak dapat lepas dari manusia karena banyak barang yang manusia gunakan untuk kesehariannya terbuat dari material tersebut. Padahal banyak sekali dampak negatif dari plastik karena sifatnya yang tidak mudah terurai, yaitu dapat mencemari lingkungan dan menurunkan kualitas lingkungan. Produk yang menyumbang sampah plastik terbesar di antaranya yaitu AMDK (Air Minum Dalam Kemasan) dan sedotan. AMDK di bawah 1 liter dan sedotan merupakan sampah yang mudah tercecer dan sulit dikumpulkan, sehingga mudah mengotori lingkungan.

Melihat kondisi lingkungan yang semakin memburuk, pada akhirnya terdapat perubahan pada perilaku masyarakat yang menjadi sadar dan peduli terhadap kelestarian lingkungan sekitar yang ditandai dengan terbentuknya sebuah kampanye masyarakat bernama “*Go Green*” yang berusaha mempertahankan pelestarian lingkungan, memelihara, dan restorasi lingkungan alam sekitar (Satiyono 2019). Produk ramah lingkungan (*green product*) adalah produk yang atributnya (produksi dan/atau strateginya) menggunakan daur ulang (terbarukan/bebas racun) yang mengurangi kerusakan lingkungan di seluruh siklus hidupnya (Durif, *et al.*, (2010) dalam Prayoga, *et al.* (2020)). Produk ramah lingkungan yang beredar di pasar cukup banyak, seperti produk *tumbler* dan sedotan ramah lingkungan. Minat beli akan produk tersebut terus bertambah di masyarakat, terutama karena meningkatnya kesadaran masyarakat.

Minat beli merupakan sesuatu yang didapatkan dari proses pemikiran dan proses belajar yang kemudian menciptakan motivasi dalam benaknya, sehingga menjadi keinginan dalam memenuhi kebutuhannya (Aptaguna and Pitaloka 2016; Oliver 2014). Menurut Moslehpour, *et al.* (2023)

minat beli terhadap produk hijau/ramah lingkungan telah mendapat perhatian global karena penggunaannya yang luas dan karena tingginya masalah lingkungan. Selain itu, konsumen sekarang adalah konsumen yang cerdas, karena mereka menentukan pilihan pembelian produknya dengan memerhatikan kesehatan lingkungan dan efek jangka panjang konsumsinya (Hanifah, *et al.*, 2019). Hal tersebut mengakibatkan minat beli konsumen terhadap produk ramah lingkungan terus meningkat, terutama di kalangan konsumen muda atau Generasi Z.

Generasi Z adalah individu yang terlahir pada tahun 1995 hingga 2012 (Hastini, *et al.*, 2020). Generasi Z dibesarkan untuk menerima dan lebih menjadi ramah lingkungan dibanding dengan generasi sebelumnya (Fitriyani 2018). Generasi Z terbiasa menggunakan teknologi dan sosial media dalam kesehariannya karena sudah memiliki akses yang lebih baik, sehingga mereka juga dikenal sebagai generasi yang peduli dengan isu-isu lingkungan, sosial, serta memiliki pandangan yang lebih terbuka dan global (Alfaruqy, 2022; Sukeni, *et al.*, 2023). Sejalan dengan hal tersebut, hasil penelitian yang dilakukan oleh Firmansyah, *et al.* (2019) menyebutkan bahwa generasi Z lebih memilih produk ramah lingkungan agar lingkungan sekitar mereka terhindar dari kerusakan dan lebih aman.

Mahasiswa merupakan salah satu yang termasuk ke dalam Generasi Z. Mahasiswa adalah seorang calon ilmuwan dan penerus bangsa, sehingga perannya sangat dibutuhkan oleh bangsa. Mahasiswa menimba ilmu dari berbagai perguruan tinggi, salah satunya yaitu Universitas Padjadjaran. Universitas Padjadjaran yang terletak di Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat, merupakan salah satu universitas dengan kegiatan padat. Kegiatan tersebut kemudian akan berdampak pada meningkatnya kebutuhan akan minuman. Konsumsi minuman terutama minuman kemasan akan menghasilkan sampah dalam volume yang cukup banyak (Pramudiasuti *et al.*, 2021), terlebih lagi Jatinangor merupakan daerah yang menghasilkan sampah cukup banyak dikarenakan banyak pendatang baru terutama mahasiswa yang memiliki tingkat konsumsi yang tinggi (Khoeroni & Rahardyan, 2018). Bukan hanya konsumsi tinggi saja, namun adanya aktivitas lain yang terjadi secara bersamaan seperti aktivitas dari industri akan mengakibatkan sampah yang dihasilkan terus meningkat (Hernita 2018).

Universitas Padjadjaran memiliki berbagai macam program studi, di mana pada penelitian ini akan berfokus pada Fakultas Pertanian. Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran adalah fakultas yang resmi didirikan di Bandung, Jawa Barat, pada tanggal 1 September 1959. Pada tahun 1959 hingga 1961, Fakultas Pertanian dipimpin oleh seorang Dekan yang dibantu oleh Wakil Dekan dan Sekretaris. Pendirian dari Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran bertujuan untuk mengatasi masalah dalam bidang pertanian, khususnya melalui penyediaan tenaga ahli dan kegiatan penelitian pertanian, hingga pada akhirnya dapat memberikan bantuan bagi seluruh bangsa Indonesia, khususnya masyarakat Jawa Barat.

Saat ini, Mahasiswa Universitas Padjadjaran Fakultas Pertanian adalah mahasiswa yang termasuk dalam Generasi Z, sehingga diharapkan Mahasiswa Universitas Padjadjaran Fakultas Pertanian lebih peduli lingkungan dengan cara menggunakan produk ramah lingkungan, seperti *tumbler* dan sedotan ramah lingkungan di mana hal tersebut berlandaskan dari penelitian yang dilakukan oleh Prayoga, *et al.* (2020) menyebutkan bahwa generasi Z memiliki dorongan untuk membeli dan menggunakan produk ramah lingkungan karena mereka mendapatkan informasi tentang dampak pencemaran lingkungan dengan adanya teknologi, di mana hal tersebut mengakibatkan mereka memiliki pengetahuan mengenai isu-isu ramah lingkungan dan pelestarian alam. Namun, dalam berita yang diterbitkan di detikFinance oleh Lidyana (2019) menyebutkan bahwa generasi Z tidak dapat terlepas dalam minuman kemasan yaitu boba, dikarenakan segar dan praktis. Generasi Z juga memiliki sikap agresif terhadap sesuatu yang sedang *trend*, di mana minuman yang *trend* di Indonesia pada saat ini adalah minuman kekinian yang sebagian besar disajikan dalam cup plastik. Para pengusaha yang melihat peluang tersebut kemudian membangun usaha minuman di kawasan ramai seperti universitas. Universitas Padjadjaran sendiri memiliki banyak penjual minuman di sekitar lingkungannya, seperti Teh Poci, Mixue, Gomilk, Ngombe, dan lain sebagainya yang pada akhirnya menyebabkan sampah plastik khususnya botol/cup plastik dan sedotan plastik tidak dapat terlepas dari mahasiswa. Penelitian yang dilakukan oleh Gabriella dan Sugiarto (2020) juga menyebutkan bahwa praktik mahasiswa dalam perilaku ramah lingkungan masih kurang dan hanya bernilai tinggi sebatas teori saja.

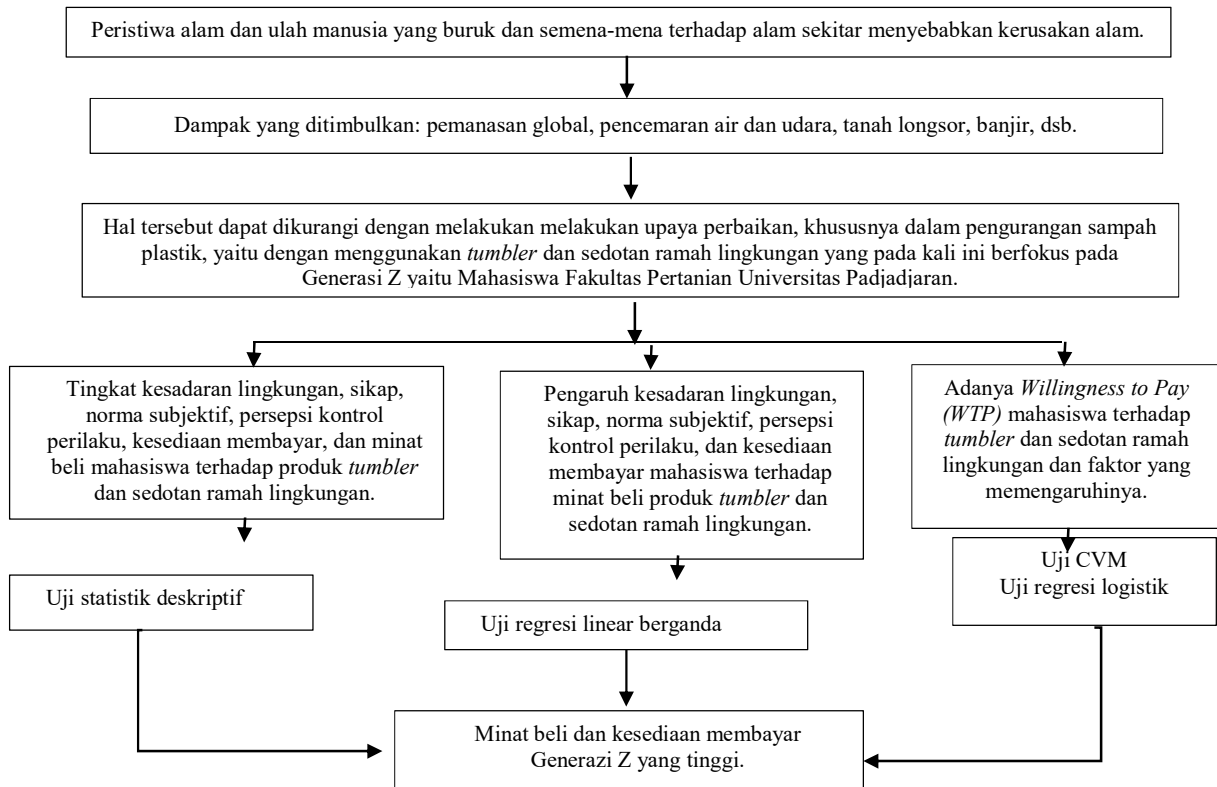
Mahasiswa Universitas Padjadjaran Fakultas Pertanian dituntut untuk menjaga kelestarian alam di samping belajar mencari keuntungan dan berbisnis di sektor pertanian, sehingga hal ini menarik

untuk diteliti terutama dalam tingkat minat beli serta faktor yang melatarbelakanginya. Selain dari minat beli, terdapat pula variabel *willingness to pay*. *Willingness to pay* adalah pembelian harga terhadap barang atau manfaat yang diberikan oleh jasa lingkungan atau alam. Penelitian yang dilakukan oleh Casalegno, *et al.* (2022) menyebutkan bahwa Generasi Z adalah generasi yang lebih peduli lingkungan dan ramah lingkungan, serta bersedia membayar lebih untuk produk ramah lingkungan.

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu 1) Bagaimana tingkat minat beli, kesadaran lingkungan, sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku Generasi Z terhadap produk *tumbler* dan sedotan ramah lingkungan 2) Apakah kesadaran lingkungan, sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh terhadap minat beli produk *tumbler* dan sedotan ramah lingkungan Generasi Z? 3) Berapa nilai kesediaan membayar Generasi Z terhadap produk *tumbler* dan sedotan ramah lingkungan serta apa saja faktor yang memengaruhinya?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Universitas Padjadjaran yang berlokasi di atinangor, Sumedang dengan waktu penelitian dari Maret hingga Juli 2023. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bertujuan mengetahui tingkat, pengaruh, dan nilai dari suatu variabel dengan menggunakan analisis statistik deskriptif, regresi linear berganda, uji CVM, dan uji regresi logistik. Variabel yang digunakan adalah kesadaran lingkungan, sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, minat beli, jenis kelamin, pendapatan, dan kesediaan membayar. Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 325 Mahasiswa Universitas Padjadjaran Fakultas Pertanian yang termasuk ke dalam Generasi Z dengan menggunakan teknik *propotional sampling*. Rancangan analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan untuk memberikan gambaran atas keseragaman responden berdasarkan jenis kelamin, usia, angkatan masuk, dan program studi. Dari hasil pengambilan data dengan jumlah 324 responden, terdapat karakteristik lengkap sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	
Jenis Kelamin	<i>Frequency</i>
Laki-laki	102
Perempuan	222
Total	324
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	
Usia	<i>Frequency</i>
18	31
19	85
20	82
21	82
22	41
23	3
Total	324
Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan Masuk	
Angkatan	<i>Frequency</i>
2019	67
2020	75
2021	77
2022	105
Total	324
Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	
Program Studi	<i>Frequency</i>
Agribisnis	94
Agroteknologi	203
Agroteknopreneur	27
Total	324
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	
Pendapatan	<i>Frequency</i>
0 – Rp 500.000,00	56
>Rp 500.000,00 – Rp 1.000.000,00	114
>Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000	77
>Rp 1.500.000,00 – Rp 2.000.000,	42
>Rp 2.000.000,00	35
Total	324

Sumber: Data Primer (2023)

2. Minat Beli *Tumbler* dan Sedotan Ramah Lingkungan

2.1. Analisis Data Statistik

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap pernyataan yang terdapat dalam kuesioner, tanggapan tersebut kemudian dideskripsikan menggunakan rata-rata. Rentang kriteria yang digunakan untuk penilaian distribusi data setiap variabel dihitung dengan persamaan sebagai berikut:

$$\text{Nilai interval} = \frac{(\text{Nilai batas tertinggi} - \text{nilai batas terendah})}{\text{Total nilai yang digunakan}} = \frac{(5-1)}{5} = 0,8$$

Berdasarkan dari nilai interval maka dapat diketahui kriteria skor variabel penelitian, yaitu sebagai berikut:

Tabel 2. Kriteria Skor Variabel Penelitian

Nilai Skor	Kriteria Variabel
1,00 – 1,80	Sangat tidak baik
>1,80 – 2,60	Tidak baik
>2,60 – 3,40	Cukup baik
>3,40 – 4,20	Baik
>4,20 – 5,00	Sangat Baik

Sumber: Sugiyono (2019)

Kriteria pengukuran tersebut menggambarkan bahwa semakin tinggi perolehan nilai rata-rata, maka semakin baik pula tanggapan responden terhadap *item* yang diajukan. Hasil dari analisis deskriptif adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Analisis Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kesadaran Lingkungan	324	16,00	30,00	24,5370	2,79460
Sikap Norma Subjektif	324	16,00	30,00	24,8765	3,19687
Persepsi Kontrol Perilaku	324	7,00	20,00	13,9815	2,60262
Minat Beli	324	14,00	25,00	20,8642	2,81527
Valid N (listwise)	324	4,00	15,00	11,5154	1,96165

Sumber: Data Primer (2023)

Dari tabel tersebut nilai rata-rata (*mean*) dibagi dengan umlah pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner, sehingga diketahui bahwa tingkat seluruh variabel tersebut berada di tingkat baik.

2.2. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas Residual

Uji normalitas residual digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi secara normal atau tidak. Penelitian ini menggunakan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov. Hasil dari uji normalitas menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200, di mana nilai tersebut lebih besar dari (>) 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa data memenuhi syarat untuk dilakukan uji regresi linear berganda karena data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antar variabel bebas. Hasil uji multikolinearitas dalam penelitian ini menunjukkan semua variabel bebas yang terdapat di penelitian ini memiliki nilai *Tolerance* > 0,1 dan VIF < 10, yang artinya tidak terjadi multikolinearitas di seluruh variabel bebas tersebut.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah residual pada model regresi bersifat homogen atau heterogen, di mana jika bersifat heterogen maka data memiliki residual yang tidak teratur, sehingga model regresi tidak mampu meramalkan dengan akurat (Cahyani, *et al.*, 2017). Hasil uji heteroskedastisitas penelitian ini

menunjukkan bahwa nilai signifikan dari seluruh variabel bebas adalah lebih dari ($>$) 0,05, yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas.

2.3. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan dengan melihat nilai *Adjusted R Square* untuk mengetahui besarnya kontribusi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan. Berdasarkan dari hasil pengujian (diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah 0,518. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat secara simultan sebesar 51,8% dan 48,2% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Hasil ini berlaku pada Generasi Z yaitu Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran (angkatan 2019 sampai dengan 2022).

2.4. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat untuk semua sampel yaitu Generasi Z yang merupakan Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran angkatan 2019, 2020, 2021, dan 2022.

Tabel 4. Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	,017	,699		,024	,981
	x1_kl	,115	,036	,148	3,164	,002
	x2_s	,112	,031	,187	3,560	,000
	x3_ns	,069	,037	,079	1,853	,065
	x4_pkp	,311	,036	,459	8,632	,000

a. Dependent Variable: y_mb

Sumber: Data Primer (2023)

2.5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukam dengan uji F dan uji t. Berdasarkan hasil uji F diketahui bahwa nilai F hitung $>$ F tabel yaitu $85,732 > 2,399953$ dan Sig. untuk pengujian memiliki nilai 0,000 yaitu kurang dari ($<$) 0,05, yang artinya model regresi layak dan dapat digunakan dalam pengujian berikutnya serta hasil uji F ini membuktikan bahwa hipotesis diterima atau seluruh variabel bebas memengaruhi variabel terikat (minat beli) secara simultan. Sedangkan untuk uji t, diketahui bahwa variabel kesadaran lingkungan, sikap, dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh signifikan terhadap minat beli, sedangkan norma subjektif tidak berpengaruh signifikan. Secara lengkap uji t dapat dilihat di tabel 4.

Pembahasan

1. Pengaruh Kesadaran Lingkungan terhadap Minat Beli *Tumbler* dan Sedotan Ramah Lingkungan

Hasil dari uji t menunjukkan bahwa kesadaran lingkungan berpengaruh signifikan terhadap minat beli *tumbler* dan sedotan ramah lingkungan, yang artinya semakin tinggi kesadaran mahasiswa mengenai lingkungan maka minat beli mahasiswa juga akan naik.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Intansari dan Muslichah (2022) bahwa kesadaran lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Penelitian mereka berfokus pada kosmetik ramah lingkungan. Kesadaran lingkungan yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Frudin (2022), di mana penelitian tersebut berfokus pada air minum dalam kemasan.

2. Pengaruh Sikap terhadap Minat Beli *Tumbler* dan Sedotan Ramah Lingkungan

Hasil dari uji t menunjukkan bahwa sikap berpengaruh signifikan terhadap minat beli *tumbler* dan sedotan ramah lingkungan, yang artinya semakin tinggi sikap positif mahasiswa terhadap suatu produk, maka minat beli mahasiswa juga akan naik. Mahasiswa dengan sikap positif (pro lingkungan) atau sikap di mana mahasiswa memiliki pemahaman yang tinggi terhadap

keberadaan produk ramah lingkungan, akan mengakibatkan mereka memiliki ketertarikan yang akhirnya membuat mahasiswa berminat untuk membeli produk *tumbler* dan sedotan ramah lingkungan demi manfaat yang akan didapatkannya ketika membeli.

Penelitian yang dilakukan oleh Lukiarti (2019) memiliki hasil yang sejalan dengan penelitian ini, di mana berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, di mana penelitian tersebut berfokus pada produk hijau. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian Saraswaty dan Suprpti (2015), di mana minat beli *Tupperware* dipengaruhi positif dan signifikan oleh sikap.

3. Pengaruh Norma Subjektif terhadap Minat Beli *Tumbler* dan Sedotan Ramah Lingkungan

Hasil dari uji t menunjukkan bahwa norma subjektif tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli *tumbler* dan sedotan ramah lingkungan. Hal tersebut disebabkan mahasiswa tidak merasakan motivasi atau dorongan dari sekitarnya (dorongan eksternal) seperti dari keluarga, teman, pemerintah, dan media sosial untuk mengonsumsi *tumbler* dan sedotan ramah lingkungan.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Adil (2015) dengan hasil penelitian norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli *green product*. Namun, penelitian yang berfokus pada kosmetik ramah lingkungan yang dilakukan oleh Intansari dan Muslichah (2022) memiliki hasil yang sesuai yaitu norma subjektif tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

4. Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku terhadap Minat Beli *Tumbler* dan Sedotan Ramah Lingkungan

Hasil dari uji t menunjukkan bahwa persepsi kontrol perilaku berpengaruh signifikan terhadap minat beli *tumbler* dan sedotan ramah lingkungan. Mahasiswa memiliki kemudahan dalam mengonsumsi *tumbler* dan sedotan ramah lingkungan, sehingga kemudian meningkatkan minat beli terhadap produk tersebut. Kemudahan tersebut berasal dari diri sendiri yaitu berdasarkan kemauan, percaya diri, mampu, memiliki fasilitas, dan memiliki pengalaman.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wirakurnia, (2022) yang menunjukkan bahwa persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Penelitian tersebut berfokus pada makanan dengan kemasan halal. Penelitian lain yang sejalan dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Susanti, *et al.* (2018) dengan penelitian berfokus pada sayur organik.

3. Kesiediaan Membayar

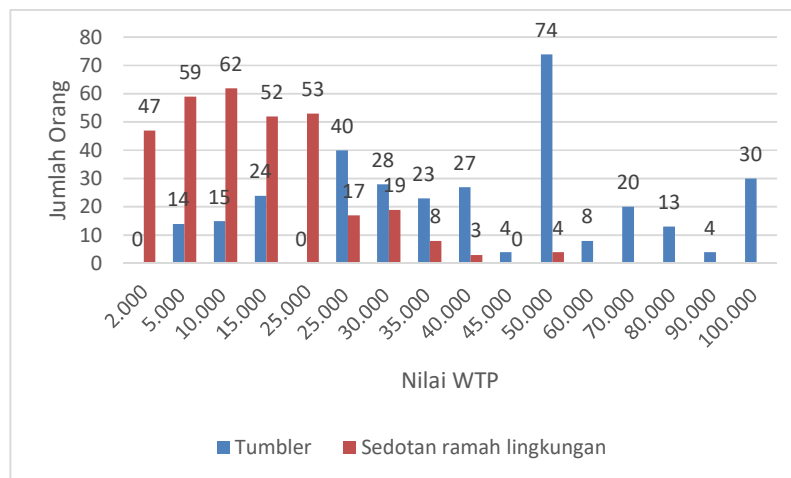
3.1 Uji CVM

1. Membuat Pasar Hipotetik

Pasar hipotetik dilakukan dengan memberikan informasi mengenai gambaran jelas kepada konsumen tentang persoalan yang terjadi dan juga membagikan gambaran perbaikan yang ditawarkan kepada konsumen, akan tetapi konsumen harus berkontribusi dalam perbaikan tersebut secara materi.

2. Memperoleh Nilai Lelang

Nilai lelang diperoleh dengan menggunakan pertanyaan semi terbuka hingga menghasilkan nilai terendah Rp.5.000 dan nilai tertinggi Rp.100.000, untuk *tumbler* serta nilai terendah Rp.2.000 dan harga tertinggi Rp.50.000 untuk sedotan ramah lingkungan, sehingga diperoleh nilai lelang berikut:



Gambar 3. Nilai Lelang Tumbler dan Sedotan Ramah Lingkungan

3. Rata-rata WTP

Nilai rata-rata WTP diperoleh dari jumlah keseluruhan harga yang bersedia dikeluarkan oleh konsumen dibagi dengan jumlah seluruh konsumen yang bersedia membayar.

Tabel 5. Rata-rata WTP Tumbler dan Sedotan Ramah Lingkungan

Tumbler	Sedotan Ramah Lingkungan
Rp.44.645	Rp.13.685

Sumber: Data Primer (2023)

Berikutnya adalah perbandingan nilai kesediaan membayar (WTP) *tumbler* dan sedotan ramah lingkungan responden dengan produk plastik dan produk ramah lingkungan dalam berbagai macam tempat penjualan.

Tabel 6. Perbandingan Harga Cup, Tumbler, dan Sedotan

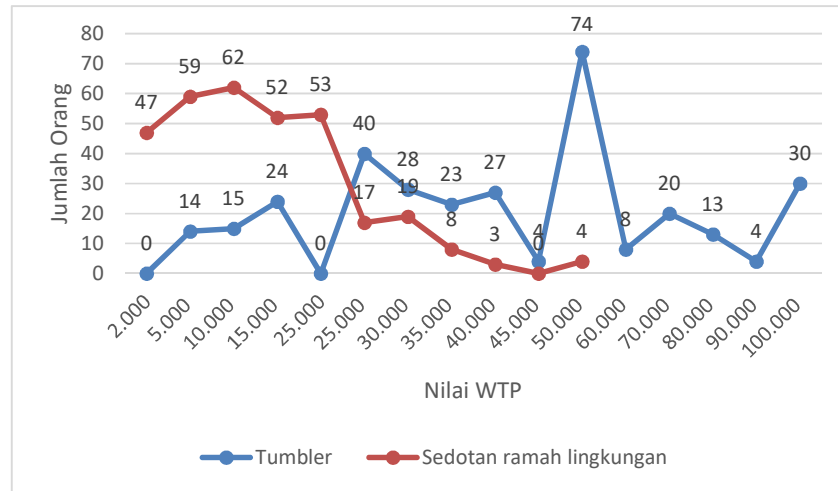
No.	Produk	Tempat Jual	Harga yang Ditemukan/pcs	Kenaikan
1.	Cup/gelas plastik	Offline dan Online Shop	Rp.100	44.545%
2.	Sedotan Plastik	Offline dan Online Shop	Rp.50	27.270%
3.	Tumbler	Offline Shop (Jatos, dsb)	Rp.15.000	197,6%
4.	Tumbler	Online Shop (Shopee, dsb)	Rp.3.000	1.388%
5.	Sedotan Ramah Lingkungan (Stainless)	Online Shop (Shopee, dsb)	Rp.800	1.610%

Sumber: Data Primer (2023)

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa rata-rata nilai kesediaan membayar responden masih berada di atas harga pasaran yang ditemukan

4. Kurva WTP

Kurva WTP diperoleh dari jumlah kumulatif dari individu yang memilih nilai WTP tertentu. Hubungan antara nilai WTP yang bersedia dibayarkan oleh responden dengan responden yang bersedia membayar WTP tersebut digambarkan dalam kurva ini. Kurva WTP *tumbler* dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4. Kurva WTP Tumbler dan Sedotan Ramah Lingkungan

5. Mengagregatkan Data

Proses ini melibatkan konversi nilai rata-rata WTP dari tahap ke-tiga ke rata-rata populasi secara keseluruhan. Cara yang dapat dilakukan untuk memperoleh konversi tersebut adalah mengalikannya rata-rata sampel dengan jumlah populasi.

Berikut adalah perhitungan nilai agregaris *tumbler*:

$$\begin{aligned}
 TWTP &= EWTP \times P \\
 &= \text{Rp.} 44.645 \times 1680 \\
 &= \text{Rp.} 75.003.600
 \end{aligned}$$

Sedangkan nilai agregasi sedotan ramah lingkungan adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 TWTP &= EWTP \times P \\
 &= \text{Rp.} 13.685 \times 1680 \\
 &= \text{Rp.} 22.990.800
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh nilai total WTP *tumbler* responden sebesar Rp. 75.003.600 per bulan dan nilai total WTP sedotan ramah lingkungan responden sebesar Rp. 22.990.800 per bulan di mana jumlah populasi merupakan jumlah Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran angkatan 2019 hingga 2022.

1.2. Uji Logistik

Sebanyak 324 mahasiswa yang menjadi responden bersedia membayar untuk membeli *tumbler* dan sedotan ramah lingkungan, namun kesediaan membayar tersebut terbagi menjadi kesediaan membayar tinggi dan rendah. Sebanyak 238 mahasiswa bersedia membayar dengan harga rendah dan sebanyak 86 mahasiswa bersedia membayar dengan harga yang tinggi. Berikut ini adalah hasil dari uji regresi logistik.

1. Uji Keseluruhan Model (*Overall Model Fit*)

Uji keseluruhan model dilakukan dengan melihat *Log Likelihood Value* atau nilai -2LL. Caranya yaitu dengan membandingkan nilai -2LL awal (*block number* = 0) dengan nilai -2LL akhir (*block number* = 1). Jika nilai -2LL awal lebih besar dari -2LL akhir, maka terjadi penurunan hasil. Penurunan hasil tersebut menunjukkan model regresi yang semakin baik (Ghozali 2011). Hipotesis untuk uji keseluruhan model adalah:

H_0 : Model yang dihipotesiskan fit dengan data.

H_1 : Model yang dihipotesiskan tidak fit dengan data.

Berdasarkan pengujian didapatkan bahwa nilai -2LL awal adalah sebesar 374,973, sedangkan nilai -2LL akhir adalah sebesar 345,975, artinya terjadi penurunan pada hasil tersebut. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa model yang dihipotesiskan sudah fit/sesuai dengan data atau H_1 diterima.

2. Uji Kelayakan Model (*Goodness of Fit Test*)

Uji kelayakan model dilakukan dengan menggunakan *Hosmer and Lemeshow Test* untuk melihat fit model yang digunakan. Model dikatakan fit jika memiliki nilai signifikan lebih besar ($>$) dari 0,05, sebaliknya jika lebih kecil ($<$) dari 0,05 maka model dinyatakan tidak fit. Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,814 yang artinya model regresi logistik layak untuk digunakan (fit) dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

3. Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan dari hasil pengujian diketahui bahwa nilai *Nagelkerke Square* adalah 0,125. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu jenis kelamin dan pendapatan berpengaruh terhadap variabel terikat secara simultan sebesar 12,5% dan 87,5% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

4. Uji Keseluruhan Model (*Overall Model Fit*)

Uji keseluruhan model dilakukan dengan melihat *Log Likelihood Value* atau nilai -2LL. Caranya yaitu dengan membandingkan nilai -2LL awal (*block number* = 0) dengan nilai -2LL akhir (*block number* = 1). Jika nilai -2LL awal lebih besar dari -2LL akhir, maka terjadi penurunan hasil. Penurunan hasil tersebut menunjukkan model regresi yang semakin baik (Ghozali 2011). Hipotesis untuk uji keseluruhan model adalah:

H₀: Model yang dihipotesiskan fit dengan data.

H₁: Model yang dihipotesiskan tidak fit dengan data.

Berdasarkan pengujian didapatkan bahwa nilai -2LL awal adalah sebesar 374,973, sedangkan nilai -2LL akhir adalah sebesar 345,975, artinya terjadi penurunan pada hasil tersebut. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa model yang dihipotesiskan sudah fit/sesuai dengan data atau H₁ diterima.

5. Uji Kelayakan Model (*Goodness of Fit Test*)

Uji kelayakan model dilakukan dengan menggunakan *Hosmer and Lemeshow Test* untuk melihat fit model yang digunakan. Model dikatakan fit jika memiliki nilai signifikan lebih besar ($>$) dari 0,05, sebaliknya jika lebih kecil ($<$) dari 0,05 maka model dinyatakan tidak fit. Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,814 (lampiran 26) yang artinya model regresi logistik layak untuk digunakan (fit) dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

6. Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan dari hasil pengujian diketahui bahwa nilai *Nagelkerke Square* adalah 0,125. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu jenis kelamin dan pendapatan berpengaruh terhadap variabel terikat secara simultan sebesar 12,5% dan 87,5% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

7. Omnibus Test

Berdasarkan dari hasil dari uji F diketahui bahwa nilai signifikan untuk pengujian ini memiliki nilai 0,000 yaitu kurang dari ($<$) 0,05, yang artinya seluruh variabel bebas memengaruhi variabel terikat (kesediaan membayar) secara simultan atau H₂ diterima.

8. Uji Wald

Hasil *uji wald* adalah sebagai berikut:

Tabel 7. Uji Wald
Variables in the Equation

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a	jeniskelamin(1)	,686	,305	5,072	1	,024	1,986
	pendapatan	,515	,108	22,575	1	,000	1,673
	Constant	-2,957	,426	48,126	1	,000	,052

a. Variable(s) entered on step 1: jeniskelamin, pendapatan.

Sumber: Data Primer (2023)

- Nilai signifikan pada variabel jenis kelamin kategori perempuan adalah sebesar $0,024 < 0,05$, maka H_2 diterima dan H_0 ditolak, artinya jenis kelamin secara signifikan memengaruhi kesediaan membayar yang tinggi terhadap produk *tumbler* dan sedotan ramah lingkungan.
- Nilai signifikan pada variabel pendapatan adalah sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_2 diterima dan H_0 ditolak, artinya pendapatan secara signifikan memengaruhi kesediaan membayar yang tinggi terhadap produk *tumbler* dan sedotan ramah lingkungan.

Pembahasan

1. Pengaruh Jenis Kelamin terhadap Kesediaan Membayar

Hasil dari pengujian menunjukkan bahwa jenis kelamin berpengaruh signifikan terhadap kesediaan membayar *tumbler* dan sedotan ramah lingkungan. Corral-Verdugo, et al. (2006) dalam Murti, et al. (2022) menyebutkan bahwa perempuan lebih sadar lingkungan, yaitu cenderung membeli produk berlabel ramah lingkungan, produk organik, dan cenderung mendaur ulang produk.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahayu, et al. (2017) dengan objek penelitian beras cerdas. Penelitian lain yang sejalan dengan hasil ini adalah penelitian Fanani, et al. (2021) dengan objek penelitian *ewillingness to pay* mobil listrik.

2. Pengaruh Pendapatan terhadap Kesediaan Membayar

Hasil dari pengujian menunjukkan bahwa pendapatan berpengaruh signifikan terhadap kesediaan membayar *tumbler* dan sedotan ramah lingkungan. Seseorang yang memiliki pendapatan tinggi akan lebih bersedia mengeluarkan biaya untuk membeli *tumbler* dan sedotan ramah lingkungan terlebih jika sudah memahami dan mengetahui pentingnya penggunaan barang tersebut demi kenyamanan lingkungan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahayu, et al. (2017) dengan objek penelitian beras cerdas dan Arimurti, et al. (2021) dengan objek penelitian kesediaan membayar beras organik.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada Generasi Z yaitu Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran, dapat disimpulkan bahwa tingkat kesadaran lingkungan, sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, dan minat beli Generasi Z (Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran) terhadap produk *tumbler* dan sedotan ramah lingkungan adalah baik. Kesadaran lingkungan, sikap, dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli Generasi Z (Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran) terhadap produk *tumbler* dan sedotan ramah lingkungan, sedangkan norma subjektif tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli Generasi Z (Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran) pada produk *tumbler* dan sedotan ramah lingkungan. Nilai *Willingness to Pay* Generasi Z ((Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran) pada produk *tumbler* adalah sebesar Rp.44.645 dan untuk sedotan ramah lingkungan sebesar Rp.13.685. Faktor jenis kelamin dan pendapatan secara signifikan memengaruhi kesediaan membayar.

Saran yang dapat diberikan yaitu seluruh mahasiswa bersedia untuk membeli sedotan ramah lingkungan, namun sedotan ramah lingkungan masih jarang ditemukan di toko offline, sehingga diharapkan akan terjadi peningkatan tersedianya sedotan ramah lingkungan di toko offline dengan harga yang bervariasi. Penelitian selanjutnya sebaiknya dilakukan dengan menambahkan karakteristik responden seperti status, agama, dll, serta ditambahkan variabel lain selain dalam penelitian ini seperti brand/merek agar lebih menyeluruh dalam variabel yang memengaruhinya dan hasil penelitian menjadi lebih sempurna. Penelitian selanjutnya sebaiknya mengembangkan ruang lingkup penelitian dan menambahkan jumlah responden, agar dapat meningkatkan generalisasi dalam hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Adil, Afandie. 2015. "Pengaruh Pengetahuan Tentang Lingkungan, Sikap Pada Lingkungan, Dan Norma Subjektif Terhadap Niat Pembelian Green Product." *Jurnal Ekonomi Dan*

Kewirausahaan 15: 122–28.

- Alfaruqy, Muhammad Zulfa. 2022. “Generasi Z Dan Nilai-Nilai Yang Dipersepsikan Dari Orangnya.” *PSYCHE: Jurnal Psikologi* 4 (1): 84–95. <https://doi.org/10.36269/psyche.v4i1.658>.
- Aptaguna, Angga, and Endang Pitaloka. 2016. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek.” *Widyakala Journal* 3 (2012): 49. <https://doi.org/10.36262/widyakala.v3i0.24>.
- Arimurti, Niken Hapsari, Kusmantoro Edy Sularso, and Anny Hartati. 2021. “Kesediaan Membayar (Willingness To Pay) Beras Organik Di Kabupaten Banyumas Dan Faktor Yang Mempengaruhinya.” *Forum Agribisnis (Agribusiness Forum)* 11 (1): 75–89. <https://doi.org/https://doi.org/10.29244/fagb.11.1.75-89>.
- Badan Nasional Penanggulangan Bencana. 2022. “Infografis Bencana Tahun 2022.” 2022. <https://bnpb.go.id/infografis/infografis-bencana-tahun-2022>.
- Cahyani, Dyna Nuzul., Nengah. Sujana, and Devi Farah. Azizah. 2017. “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Solvabilitas Terhadap Audit Delay (Studi Pada Perusahaan LQ 45 Sub-Sektor Bank Serta Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2011-2015).” *Jurnal Administrasi Bisnis* 46 (1): 61–68.
- Casalegno, Cecilia, Elena Candelo, and Gabriele Santoro. 2022. “Exploring the Antecedents of Green and Sustainable Purchase Behaviour: A Comparison among Different Generations.” *Psychology & Marketing* 39 (5). <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/mar.21637>.
- Fanani, Elvira Wahyu Arum, Husin Bugis, Nugroho Agung Pambudi, and Muhammad Kunta Biddinika. 2021. “Pengaruh Jenis Kelamin, Pendidikan, Dan Pendapatan Masyarakat Terhadap Kesediaan Membayar atau Willingness To Pay (WTP) Mobil Listrik Di Surakarta.” *NOZEL: Jurnal Pendidikan Teknik Mesin* 3 (1): 20–30. <https://doi.org/https://doi.org/10.20961/nozel.v3i1.63325>.
- Firmansyah, Fani, Puji Endah Purnamasari, and Muhammad Djakfar. 2019. “Religiusitas, Lingkungan Dan Pembelian Green Product Pada Konsumen Generasi Z.” *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 15 (1).
- Fitriyani, Pipit. 2018. “Pendidikan Karakter Bagi Generasi Z.” *Knapptma* 7 (Maret): 307–14. <http://www.appptma.org/wp-content/uploads/2019/08/34.-Pendidikan-Karakter-Bagi-Generasi-Z.pdf>.
- Frudin, Rizky Syah. 2022. “Analisis Pengaruh Eco-Label Knowledge Desain Kemasan Dan Kesadaran Lingkungan Terhadap Minat Beli Produk Air Minum Dalam Kemasan.” <http://eprints.ums.ac.id/97006/>.
- Gabriella, Diana Ayu, and Agus Sugiarto. 2020. “Kesadaran Dan Perilaku Ramah Lingkungan Mahasiswa Di Kampus.” *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora* 9 (2): 260–75. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23887/jish-undiksha.v9i2.21061>.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. 5th ed. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanifah, Hanim Nur, Nurul Hidayati, and Rita Mutiarni. 2019. “Pengaruh Produk Ramah Lingkungan/Green Product Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware.” *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara* 2 (1): 37–44. <https://doi.org/10.26533/jmd.v2i1.345>.
- Hastini, Lasti Yossi, Rahmi Fahmi, and Hendra Lukito. 2020. “Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi Dapat Meningkatkan Literasi Manusia Pada Generasi Z Di Indonesia?” *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)* 10 (1): 12–28. <https://doi.org/10.34010/jamika.v10i1.2678>.
- Hernita. 2018. “Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pemanfaatan Daur Ulang Limbah Plastik.” *Jurnal Ecosystem* 18 (2): 1068–77.
- Intansari, Maharani Mega, and Istyakara Muslichah. 2022. “Faktor-Faktor Yang Melatarbelakangi Minat Beli Konsumen Pada Kosmetik Ramah Lingkungan Di Indonesia.” *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen* 1 (4): 220–36. <https://journal.uui.ac.id/selma/index>.

- Juanda, Juanda, and Hapzi Ali. 2022. "Literature Review Hukum Bisnis: Monopoli Bisnis Dan Kerusakan Lingkungan." *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik* 2 (2): 233–40. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i2.1072>.
- Khoeroni, Muhammad Hafizh, and Benno Rahardyan. 2018. "Analisis Faktor Penanganan Dan Preferensi Masyarakat Terhadap Sistem Pengelolaan Sampah Di Jatinangor Analysis." *Jurnal Teknik Lingkungan* 24 (2): 58–68.
- Lidyana, Fadhia. 2019. "Boba Yang Jadi Primadona Milenial Hingga Generasi Z." *DetikFiance*. 2019. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4761337/boba-yang-jadi-primadona-milenial-hingga-generasi-z>.
- Lukiarti, Ming Ming. 2019. "Pengaruh Kepedulian Lingkungan Dan Sikap Terhadap Minat Beli Produk Hijau (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Hijau Di Kabupaten Rembang)." *Buletin Bisnis & Manajemen* 5 (1): 15–28.
- Moslehpour, Massoud, Ka Yin Chau, Lijie Du, Ranfeng Qiu, Chia Yang Lin, and Batzaya Batbayar. 2023. "Predictors of Green Purchase Intention toward Eco-Innovation and Green Products: Evidence from Taiwan." *Economic Research-Ekonomiska Istrazivanja* 36 (2). <https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2121934>.
- Murti, Krisna, Raden Ayu Wulantari, Nurly Meilinda, and Anang Dwi Santoso. 2022. "Perempuan Dan Perilaku Berkelanjutan Dalam Komunitas Online Pecinta Barang Lokal." *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi* 8 (2): 221. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v8i2.3248>.
- Oliver, Richard L. 2014. *No Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*.
- Pramudiasuti, Lia Nita, Rahayu Relawati, and Rahmad Pulung Sudiby. 2021. "Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Ramah Lingkungan Dalam Pembelian Minuman Kemasan Di Universitas Muhammadiyah Malang." *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis* 5 (2): 561–74. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2021.005.02.23>.
- Prayoga, I Made Surya, Made Santana Putra Adiyadnya, and Bagus Nyoman Kusuma Putra. 2020. "Green Awareness Effect on Consumers' Purchasing Decision." *Asia Pacific Management and Business Application* 008 (03): 199–208. <https://doi.org/10.21776/ub.apmba.2020.008.03.4>.
- Rahayu, Anggraini Dwi, Triana Dewi Hapsari, and Julian Adam. 2017. "Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness To Pay) Beras Cerdas Cv an – Nahlah Di Kabupaten Jember." *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)* 10 (1): 17. <https://doi.org/10.19184/jsep.v10i1.5211>.
- Rijal, Achmad, R. Rinayanti Nurwulan, and Upi Supriatma. 2020. "Tingkat Kesadaran Para Pendaki Gunung Terhadap Lingkungan Taman Wisata Alam Gunung Papandayan." *Geoarea*, no. 2: 40–48.
- Riskanita, Dinda, and Yeni Widowaty. 2019. "Upaya Pemerintah Daerah Mengatasi Kerusakan Lingkungan Akibat Alih Fungsi Lahan Berdasarkan Konsep Negara Kesejahteraan." *Supremasi Hukum: Jurnal Penelitian Hukum* 28 (2): 123–35. <https://doi.org/10.33369/jsh.28.2.123-135>.
- Saraswaty, Wulan, and Ni Wayan Sri Suprapti. 2015. "Peran Sikap Dalam Memediasi Pengaruh Kepedulian Lingkungan Terhadap Niat Beli Produk Ramah Lingkungan (Studi Pada Produk Tupperware) Wulan." *E-Jurnal Manajemen Unud* 4 (8): 2407–27.
- Satiyono, Tasrapin. 2019. *Penggunaan Prasarana Dan Sarana Perkantoran Berbasis Go Green. Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN)*. 2022. "GRAFIK KOMPOSISI SAMPAH," 2022. <https://sipsn.menlhk.go.id/sipsn/>.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Edited by Sutopo. 2nd ed. ALFABETA.
- Sukeni, Kadek, Anynussyawiby, and Gonita Anggul. 2023. "Peran Generasi Z Dalam Mendukung Sustainable Development Goals Melalui Pengembangan Ekonomi Hijau Menuju Indonesia Emas 2045." *Prosiding Pekan Ilmiah Pelajar (PILAR)* 3: 156–63.
- Susanti, Rika Ismania, Abdul Wahib Muhaimin, and Hery Toiba. 2018. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Pembelian Sayur Organik (Kasus Ibu Rumah Tangga Di Kota

Malang).” *Habitat* 29 (3): 122–28. <https://doi.org/10.21776/ub.habitat.2018.029.3.15>.
Wirakurnia, Arya Bagus. 2022. “Minat Pelajar Atau Mahasiswa Muslim Dalam Membeli Makanan Kemasan Halal Di Pulau Jawa.” Universitas Islam Indonesia.