

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT PEMBELIAN
PRODUK RAMAH LINGKUNGAN PADA KALANGAN REMAJA**

Muhammad Zainuddin

Fakultas Bisnis dan Ekonomika / Manajemen Pemasaran
mzain260893@gmail.com

Dr. Dudi Anandya, S.T., M.Si

Andhy Setyawan, S.Si, M.Sc

andhysetyawan@gmail.com

Abstrak : Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji *Theory Planned Behavior* dan hubungan dengan *Purchase Intention* di Indonesia. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS 24 *for windows*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan di penelitian ini adalah 282 responden. Data di olah menggunakan mean, deviasi standar dan *confirmatory factor analysis*. Penelitian menemukan bahwa *Environmental Knowledge*, mempengaruhi *Attitude* dan *Attitude, Subjective Norm, Perceived Behavioral Control, Environmental Concern* dan *Environmental Knowledge* secara signifikan mempengaruhi *Purchase Intention* .

Kata Kunci : *Green Product, Theory Planned Behavior, Environmental Concern, Environmental Knowledge* dan *Purchase Intention*

Abstrak : *The purpose of this study is to test Theory Planned Behavior and its relationship with Purchase Intention in Indonesian. Data processing is done by using SPSS 24 for windows. The sampling technique used in this research is non probability sampling with purposive sampling method. The number of samples used in this study was 282 respondents. The data in though using the mean, standard deviation and confirmatory factor analysis. The study found that Environmental Knowledge, affecting Attitude and Attitude, Subjective Norm, Perceived Behavioral Control, Environmental Concern and Environmental Knowledge significantly affects Purchase Intention.*

Keywords : *Green Product, Theory Planned Behavior, Environmental Concern, Environmental Knowledge* dan *Purchase Intention*

PENDAHULUAN

Pada jaman sekarang *global warming* sudah sangat sering dibicarakan di Negara-negara lain karena ada peningkatan suhu di seluruh permukaan bumi pada bagian atmosfer bagian laut maupun di daratan bumi. Semakin tahun pencemaran lingkungan yang di sebabkan oleh perusahaan atau masyarakat semakin meningkat. Ada beberapa penyebab terjadinya *global warming*: (1) penyebab dirumah, borosnya listrik, halaman rumah tanpa pepohonan, dan model rumah kaca; (2) penyebab dari lingkungan, bahan bakar kendaraan, polusi asap dari industri pabrik, pembakaran hutan dan illegal logging; (3) penyebab dari alam, usia bumi yang sudah tua, dan bocornya lapisan ozon; (4) penyebab dari kebijakan pemerintah, minimnya ruang terbuka hijau, dan jumlah kendaraan terus bertambah.

Ali (2013), menyatakan bahwa bukti yang ada menunjukkan sekitar 30 - 40% ketidakseimbangan lingkungan disebabkan oleh aktifitas konsumsi yang dilakukan oleh konsumen rumah tangga. Kegiatan manusia, pola pemanfaatan sumberdaya alam dan pola pembangunan dituding sebagai faktor penyebab pentingnya yang terjadinya kerusakan lingkungan (Gumilar, 2012). Secara ekologis, mengenai kondisi lingkungan hidup beserta fungsinya di daerah-daerah sampai saat ini dapat dideskripsikan masih memerlukan optimalisasi tindakan-tindakan pengelolaan yang ramah lingkungan hidup (Suhardjana, 2009).

Hasil penelitian pada teori didalam jurnal Yadav dan Pathak (2016), "*Young consumers' intention towards buying green product in a developing nation: Extending the theory of planned behavior*" memiliki hubungan positif antara *attitude*, *subjective norm*, *perceived behavioral control*, *environmental concern* dan *environmental knowledge* terhadap *purchase intention* pada pembelian produk ramah lingkungan di Negara India. Berdasarkan sigi awal yang dilakukan di Indonesia diketahui ada kesenjangan variabel *subjective norm* dan *perceived behavioral control* memiliki hubungan negatif yang tidak sesuai dengan jurnal Yadav dan Pathak (2016).

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli produk ramah lingkungan yang diukur menggunakan 5 variabel yang terdiri dari: *attitude*, *subjective norm*, *perceived behavioral control*, *Environmental Concern*, dan *Environmental Knowledge* terhadap *Purchase Intention* dan *Environmental Concern*, *Environmental Knowledge* terhadap *Attitude*. Berdasarkan pada perumusan masalah tersebut maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji apakah variabel *Attitude*, *Subjective Norm*, *Perceived Behavioral Control*, *Environmental Concern*, dan *Environmental Knowledge* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Purchase Intention* pada kalangan remaja.

METODE PENELITIAN

Jenis dari penelitian ini akan mengungkap seberapa besar pelanggan muda untuk membeli produk ramah lingkungan dengan pendekatan *theory of planned behavioral* melalui variabel *attitude*, *subjective norm*, *perceived behavioral control*, *environmental concern*, *environmental knowledge*, dan *purchase intention* di negara Indonesia, maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kausal. Bertujuan untuk mencari tahu pola dan hubungan sebab-akibat dari hubungan variabel latent serta bersifat kuantitatif. Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif karena tergabung dalam pengukuran secara numerik dan menggunakan pendekatan analisis. Dalam penelitian ini, variabel eksogen (*exogenous variable*) ada 4 (empat) yaitu *subjective norm*, *perceived behavioral control*, *environmental concern*, dan *environmental knowledge* pada pembelian produk ramah lingkungan. Sedangkan variabel endogen (*endogenous variable*) dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) yaitu *attitude* dan *purchase intention* yang dipengaruhi oleh 4 variabel sebelumnya. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik survei melalui pengumpulan data menggunakan kuesioner secara langsung.

Sumber data yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini adalah data primer. Data primer didapat dengan menyusun kuesioner sesuai dengan jurnal acuan.

Target populasi penelitian ini adalah orang-orang yang peduli terhadap lingkungan untuk menganalisis pengetahuan lingkungan di kalangan pemuda (Yadav & Pathak, 2016). Karakteristik responden adalah orang-orang yang peduli terhadap lingkungan. Target populasi adalah yang memiliki usia minimal < 18 tahun sampai maksimal usia 30 tahun, dan memiliki pengeluaran 1 bulan minimal \leq Rp. 3.200.000 sampai $>$ Rp. 6.000.000, sehingga peneliti akan mendapatkan jawaban yang lebih terpercaya dan akurat

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki sifat yang hendak diteliti dan dianggap dapat mewakili keseluruhan populasi. Teknik pengumpulan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*, yaitu teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi yang dipilih untuk menjadi sampel. Jenis metode *non probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu metode *non probability sampling* untuk mendapatkan sampel sesuai dengan kriteria khusus yang telah ditetapkan.

Pada penelitian ini, terdapat 6 konstruk, maka sesuai dengan penetapan ukuran minimal sampel yang disampaikan Hair et al. (2010:661), penelitian ini harus menggunakan minimal 200 sampel, maka pada penelitian ini digunakan sampel sejumlah 282 sampel.

Aras pengukuran yang digunakan pada penelitian ini adalah aras interval, yaitu dimana jarak perbedaan antara tingkatan objek yang satu dengan tingkatan objek yang lainnya adalah sama. Skala yang digunakan adalah *numerical scale*, yaitu skala dimana responden memberikan penilaian kepada serangkaian pertanyaan tentang objek yang teliti diukur dengan rentang 1 hingga 7:

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 5 6 7 Sangat Setuju

Sebelum data diolah terlebih dahulu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas. Setelah melewati uji validitas dan reliabilitas, maka dilakukan uji kesesuaian model dengan melihat baik atau buruknya suatu model dari nilai *goodness of fit indexs* (GOF). Data diolah menggunakan *Normed Chi-square statistic* (CMIN/DF), *The Root Mean Square Error Approximation* (RMSEA), *Goodness of Fit Index* (GFI), *Comparative Fit Index* (CFI), *Trucker Lewis Index*

(TLI). Setelah melakukan penelitian kesesuaian model, evaluasi lainnya yang harus dilakukan adalah penelitian undimensionalitas dan reliabilitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini membahas hasil penelitian berupa uji validitas dan reliabilitas dari 30 ku esioner awal, *measurement model* dan *structural model* yang merupakan hasil pengujian dan analisis model berdasarkan data kuesioner yang telah terkumpul untuk menjawab pertanyaan penelitian dan hipotesis yang telah dikemukakan.

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

No	Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	Sig.	Ket.
1	Saya akan membeli produk-produk ramah lingkungan untuk keperluan pribadi	.766**	.000	Valid
2	Saya bersedia untuk membeli produk-produk ramah lingkungan untuk keperluan pribadi	.872**	.000	Valid
3	Saya akan berusaha untuk membeli produk-produk ramah lingkungan	.837**	.000	Valid
4	Bagi saya membeli produk ramah lingkungan itu sangat baik	.519**	.000	Valid
5	Bagi saya membeli produk ramah lingkungan itu sangat diinginkan	.743**	.000	Valid
6	Bagi saya membeli produk ramah lingkungan itu sangat menyenangkan	.603**	.000	Valid
7	Bagi saya membeli produk ramah lingkungan itu sangat bijaksana	.838**	.000	Valid
8	Bagi saya membeli produk ramah lingkungan itu sangat menguntungkan	.835**	.000	Valid
9	Bagi saya membeli produk ramah lingkungan itu sangat nyaman	.756**	.000	Valid
10	Hampir semua orang yang penting bagi saya berpendapat bahwa saya seharusnya membeli produk-produk yang ramah lingkungan ketika berbelanja	.907**	.000	Valid

11	Hampir semua orang yang penting bagi saya akan menginginkan saya untuk membeli produk-produk ramah lingkungan ketika berbelanja	.895**	.000	Valid
12	Apakah saya akan membeli produk ramah lingkungan di tempat produk yang tidak ramah lingkungan atau tidak benar-benar terserah saya	.887**	.000	Valid
13	Saya memiliki sumber, waktu, dan kesempatan untuk membeli produk ramah lingkungan	.827**	.000	Valid
14	Saya yakin bahwa jika saya ingin, saya mampu membeli produk ramah lingkungan di tempat produk yang tidak ramah lingkungan	.755**	.000	Valid
15	Keharmonisan alam itu sangatlah rapuh dan dapat dengan mudah rusak	.616**	.000	Valid
16	Ketika manusia mengganggu keseimbangan alam, hal itu sering kali menimbulkan konsekuensi yang merusak	.728**	.000	Valid
17	Masyarakat harus hidup selaras dengan alam untuk tetap bertahan	.920**	.000	Valid
18	Masyarakat sangat menyalahgunakan lingkungan	.816**	.000	Valid
19	Masyarakat diciptakan untuk berkuasa atas seluruh alam	.718**	.000	Valid
20	Saya tahu bahwa saya membeli produk dan kemasan yang aman secara lingkungan	.813**	.000	Valid
21	Saya tahu lebih banyak mengenai daur ulang daripada orang kebanyakan	.767**	.000	Valid
22	Saya sangat berpengetahuan tentang isu-isu lingkungan	.714**	.000	Valid
23	Saya memahami berbagai ungkapan dan simbol yang berhubungan dengan lingkungan pada kemasan produk	.734**	.000	Valid
24	Saya tahu bagaimana memilih kemasan produk yang dapat mengurangi jumlah limbah pembuangan	.835**	.000	Valid

****.** *Correlation is significant at the 0,01 level (2-tailed)*

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah setiap indikator yang ada dalam penelitian dapat menjadi alat ukur yang tepat untuk setiap variabel yang akan diteliti. Tabel 1 menunjukkan hasil uji validitas pernyataan-pernyataan tiap variabel. Dapat dilihat bahwa hampir semua *item* memiliki nilai signifikansi korelasi pearson lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, *item* untuk mengukur variabel dinyatakan valid.

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1	<i>Purchase Intention</i>	.767	Reliabel
2	<i>Attitude</i>	.877	Reliabel
3	<i>Subjective Norm</i>	.893	Reliabel
4	<i>Perceived Behavioral Control</i>	.896	Reliabel
5	<i>Environmental Concern</i>	.818	Reliabel
6	<i>Environmental Knowledge</i>	.828	Reliabel

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten apabila pengukuran tersebut diulang. Setelah dilakukan uji reliabilitas menggunakan *software* SPSS, seluruh variabel menunjukkan nilai *cronbach's alpha* di atas 0,6. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa sebanyak 30 responden yang telah lolos uji validitas dan reliabilitas.

Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas, maka tahap berikutnya adalah membuat Model pengukuran. Model pengukuran dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program Amos versi 24.0 for windows. Analisis model pengukuran dilakukan dengan Confirmatory Factor Analysis (CFA) pada seluruh variabel penelitian dan indikatornya.

Tabel 2
Model Pengukuran

No.	Uji Kecocokan	Kriteria Kecocokan	Hasil	Keterangan
1	CMIN/DF	CMIN/DF < 3	2,675	<i>Good Fit</i>
2	RMSEA	RMSEA ≤ 0,08	0,077	<i>Good Fit</i>
3	GFI	GFI ≥ 0,80	0,844	<i>Marginal Fit</i>
4	CFI	CFI ≥ 0,90	0,941	<i>Good Fit</i>
5	TLI	TLI ≥ 0,90	0,932	<i>Good Fit</i>

Tabel 2 menunjukkan nilai CMIN/DF, RMSEA, GFI, CFI dan TLI yang baik dimana nilai CMIN/DF ≤ 3 yaitu 2,675 (*good fit*), RMSEA < 0,08 yaitu 0,077 (*good fit*), GFI yaitu 0,844 (*marginal fit*), nilai CFI ≥ 0,90 yaitu 0,941 (*good fit*) dan TLI ≥ 0,90 yaitu 0,932 (*good fit*).

Tabel 3
Nilai Standardized Loading

Variabel	Indikator	<i>Standardized Loading</i>
PI	PI1	0,823
	PI2	0,892
	PI3	0,852
Att	Att1	0,846
	Att2	0,876
	Att3	0,881
	Att4	0,883
	Att5	0,866
	Att6	0,811
SN	SN1	0,888
	SN2	0,837
PBC	PBC1	0,869
	PBC2	0,905
	PBC3	0,831
EC	EC1	0,842

	EC2	0,864
	EC3	0,835
	EC4	0,886
	EC5	0,854
EK	EK1	0,844
	EK2	0,845
	EK3	0,881
	EK4	0,854
	EK5	0,835

Setelah dilakukan uji kecocokan pada model pengukuran, dilakukan pemeriksaan nilai *standardized loading* yang ditunjukkan pada tabel 3. Dalam tabel 3 menunjukkan bahwa keseluruhan nilai *standardized loading* tidak ada pembuangan indikator.

Sebelum memasuki model pengukuran, dilakukan pengujian validitas yang ditunjukkan dengan cara menghitung AVE (*Average Variance Extracted*) dengan mengolah nilai dari *standardized loading*. Nilai error diperoleh dengan rumus $error = 1 - \textit{standardized loading}^2$. Menurut Hair et al. (1998: 612), nilai *construct reliability* yang diterima adalah 0,70 dan nilai AVE yang diterima adalah $\geq 0,50$. Nilai AVE yang tinggi menunjukkan bahwa indikator telah mewakili konstruk laten yang dikembangkan dengan baik. Berikut merupakan tabel AVE hasil pengujian validitas model pengukuran:

Tabel 4
Average Variance Extracted dan Construct Reliability

No.	Variabel	Indikator	<i>Standardized Loading</i>	AVE	CR	Keterangan
1.	PI	PI1	0,823	0,733	0,891	Valid dan Reliabel
		PI2	0,892			
		PI3	0,852			
2.	Att	Att1	0,846	0,741	0,944	Valid dan Reliabel
		Att2	0,876			
		Att3	0,881			
		Att4	0,883			
		Att5	0,866			
		Att6	0,811			
3.	SN	SN1	0,888	0,744	0,853	Valid dan

		SN2	0,837			Reliabel
4.	PBC	PBC1	0,869	0,754	0,902	Valid dan Reliabel
		PBC2	0,905			
		PBC3	0,831			
5.	EC	EC1	0,842	0,733	0,932	Valid dan Reliabel
		EC2	0,864			
		EC3	0,835			
		EC4	0,886			
		EC5	0,854			
6.	EK	EK1	0,844	0,725	0,929	Valid dan Reliabel
		EK2	0,845			
		EK3	0,881			
		EK4	0,854			
		EK5	0,835			

Setelah dilakukan uji kecocokan pada model pengukuran kemudian dilakukan pemeriksaan hasil nilai dari *standardized loading*, AVE, dan CR. Tabel 4 diatas menunjukkan bukti bahwa secara keseluruhan nilai dari *standardized loading* sudah baik dan memenuhi kriteria yaitu nilai dari seluruh *standardized loading* > 0,5. Nilai dari AVE sudah cukup baik dan memenuhi kriteria yaitu nilai dari seluruh AVE $\geq 0,5$ dan nilai dari CR sudah cukup baik dan memenuhi kriteria yaitu nilai dari seluruh CR $\geq 0,7$.

Setelah lulus uji validitas dan reliabilitas, maka dibuatlah model pengukuran, Kesesuaian model struktural dengan data empiris diukur dengan indeks *goodness of fit*. *Goodness of fit* mengindikasikan seberapa baik model yang telah ditentukan menghasilkan matriks kovarians di antara tiap indikator (Hair et al., 2010: 664). Suatu indikator dari suatu konstruk dapat digunakan dalam analisis model struktural jika indikator dari suatu konstruk tersebut memiliki nilai estimate yang signifikan pada konstruk yang akan diukur. Signifikansi dilihat dari besar kecilnya nilai *critical ratio* > 1,96 a tau nilai *p-value* $\leq 0,05$ (5%) maka hubungan tersebut secara statistik signifikan. Tabel berikut ini menunjukkan nilai *goodness of fit* dalam analisis model struktural penelitian ini.

Tabel 6
Hasil Uji Kecocokan Model Structural

No.	Uji Kecocokan	Kriteria Kecocokan	Hasil	Keterangan
1	CMIN/DF	CMIN/DF \leq	2,678	<i>Good Fit</i>

		3		
2	RMSEA	$RMSEA \leq 0,08$	0,077	<i>Good Fit</i>
3	GFI	$GFI \geq 0,80$	0,843	<i>Marginal Fit</i>
4	CFI	$CFI \geq 0,90$	0,941	<i>Good Fit</i>
5	TLI	$TLI \geq 0,90$	0,932	<i>Good Fit</i>

Berdasarkan Tabel 6 yang menunjukkan hasil uji kecocokan model struktural, nilai CMIN/DF telah memenuhi kriteria kecocokan dan menunjukkan hasil yang *good fit* yakni 2,678. Nilai RMSEA telah memenuhi kriteria kecocokan dan menunjukkan hasil yang *good fit* yakni 0,070. Nilai CFI, dan TLI memenuhi kriteria kecocokan dan menunjukkan hasil *good fit* yaitu 0,941; dan 0,932 dan GFI dengan nilai 0,843 sudah cukup memenuhi kriteria kecocokan dan menunjukan hasil *marginal fit*. Dari hasil uji kecocokan yang dilakukan pada tabel 6 didapatkan bahwa struktural model memiliki nilai relatif yang memenuhi *goodness of fit*.

Setelah melakukan rekap data deskriptif dari seluruh jumlah sampel sebanyak 282 dan dilanjutkan dengan analisis model pengukuran serta model struktural, maka langkah selanjutnya adalah pengujian hipotesis. Pengujian nilai yang didapat melalui hipotesis dalam penelitian ini menggunakan program Amos versi 24.0 for *windows*.

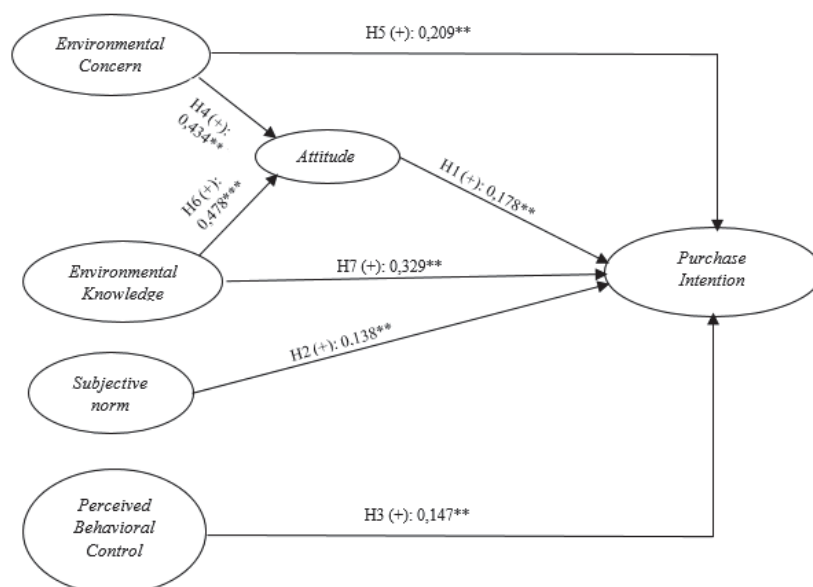
Standar ketentuan ini dalam pengujian hipotesis ini dilakukan dengan melihat tolak ukur nilai probabilitas dimana nilai $P \leq 0,05$ atau $P \leq 5\%$ maka hipotesis dikatakan signifikan dan dengan melihat nilai dari *critical ratio* (CR) yakni sebesar $\geq 1,96$. Pengujian ini dilakukan untuk melihat dan mengevaluasi pengaruh yang dapat terjadi antara variabel satu dengan variabel lainnya. Pengaruh yang terjadi antar variabel ini dapat ditentukan melalui hasil signifikan atau tidak dari model struktural yang telah dibuat dan dimodifikasi sesuai dengan penelitian. Untuk melihat nilai *standardized estimate*, *critical ratio*, dan *p-value* masing-masing hipotesis dapat dilihat pada tabel 7 berikut ini.

Tabel 7
Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Hubungan antar konstruk	Nilai Estimate	Critical Ratio	P-Value	Keterangan
H1	Att → PI	0,178	2,216	0,027	Signifikan, hipotesis terdukung
H2	SN → PI	0,138	2,027	0,043	Signifikan, hipotesis terdukung
H3	PBC → PI	0,147	2,150	0,032	Signifikan, hipotesis terdukung
H4	EC → Att	0,434	4,686	***	Signifikan, hipotesis terdukung
H5	EC → PI	0,209	2,192	0,028	Signifikan, hipotesis terdukung
H6	EK → Att	0,478	4,670	***	Signifikan, hipotesis terdukung
H7	EK → PI	0,329	2,999	0,003	Signifikan, hipotesis terdukung

Keterangan: ***=signifikan nilai *p-value* ≤ 0,01 atau 1%
 **=significant nilai *p-value* ≤ 0,05 atau 5%
 *=significant nilai *p-value* ≤ 0,10 atau 10%

Melalui pengujian hipotesis yang terdapat pada Tabel 7 tersebut dapat diketahui bahwa hipotesis H1, H2, H3, H4, H5, H6, dan H7 di terima karena memiliki *critical ratio* > 1,96 dan *p-value* < 0,05. Temuan ini berbeda dari Setyawan *et al.* (2018), di mana ada beberapa hipotesis yang tidak terdukung yaitu H1, H5 dan H6. Perbedaan dalam temuan penelitian umumnya terjadi dan menjadi topik diskusi yang menarik, terutama karena pengaturan penelitian berbeda.



Gambar 2 **Hasil Model Struktural**

Keterangan: Angka yang tertera menunjukkan nilai *standardized estimate*

***.significant pada level 0,001

**significant pada level 0,05

*.significant pada level 0,1

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian secara statistik yang dilakukan, maka dapat diperoleh konklusi bahwa dari 6 hi potesis yang telah diuji menggunakan SEM melalui program AMOS, seluruh hipotesis terbukti terdukung. Variabel *Attitude*, *Subjecticve Norm*, *Perceived Behavioral Control*, *Environmental Concern*, dan *Enviromental Knowledge* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Purchase Intention* dan *Envronmental Concern*, *Environmental Knowledge* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Attitude*.

Hal ini terjadi karena masyarakat kalangan remaja sangat baik dalam membeli produk-produk ramah lingkungan. Demi menjaga lingkungan pihak perusahaan harus membuat produk-produk ramah lingkungan. masyarakat kalangan remaja akan mendukung perilaku dalam pembelian produk-produk ramah lingkungan. Pengaruh dari eksternal akan mempengaruhi seseorang untuk melakukan pembelian produk-produk ramah lingkungan. remaja ingin dan mampu untuk membeli produk-produk ramah lingkungan dan akan membeli produk-produk ramah lingkungan di tempat yang tidak ramah lingkungan. sikap untuk melindungi lingkungan dengan membeli produk-produk ramah lingkungan. Dengan membuat produk-produk ramah lingkungan maka masyarakat akan merasa lebih puas, dan lingkungan tetap terjaga.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Keterbatasan pada penelitian ini dapat membuka peluang untuk penelitian lanjutan di masa yang akan datang. Adapun beberapa keterbatasan tersebut dan rekomendasinya antara lain:

- a. Penelitian ini membatasi diri pada remaja yang berpendidikan, yang mungkin hasilnya menjadi bias. Konsumen remaja lebih rentan terhadap respons yang diinginkan secara sosial, sehingga diharapkan pada penelitian selanjutnya tidak membatasi diri pada remaja saja.
- b. Penelitian ini hanya menggunakan pengetahuan subyektif untuk menganalisis pengetahuan lingkungan di kalangan pemuda, diharapkan penelitian berikutnya untuk mengukur pengetahuan lingkungan dengan subyektif dan obyektif.
- c. Penelitian ini terbatas pada pengukuran niat bukan perilaku aktual, untuk penelitian selanjutnya dapat melaporkan perilaku sebenarnya terkait pembelian produk ramah lingkungan yang akan membantu menghubungkan hubungan antara niat beli dan perilaku pembelian sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I., 1991, The Theory of Planned Behavior. *Journal Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 50, pp. 179-211.
- Ajzen, I., 2002, Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, Vol. 32, No. 4, pp. 665-683.
- Albino, V., Balice, A., dan R. Dangelico, Environmental strategies and green product development: an overview on sustainability-driven companies, *Journal Business Strategy and the Environment*, 2009, Vol. 18, pp. 83-96.
- Ali, S., 2013, Prediksi Perilaku Ramah Lingkungan yang Dipengaruhi oleh Nilai dan Gaya Hidup Konsumen. *Jurnal Perspektif Bisnis*, Vol 1, No. 1. ISSN: 2338-5111.
- Aman, L.A.H., Harun, A., dan Hussein, Z., 2012, The Influence of Environmental Knowledge and Concern on Green Purchase Intention the Role of Attitude as a Mediating Variable. *Journal of Art and Social Sciences*, Vol. 7, No. 2, pp. 145-167.
- Armitage, C.J., dan Conner, M., 2001, Efficacy of the Theory of Planned Behaviour: A Meta-Analytic Review. *Journal British of social Psychology*. Vol. 40, pp. 471-499.

- Beck, L., and Ajzen, I., 1991, Predicting Dishonest Actions Using the Theory of Planned Behavior. *Journal of Research in Personality*, Vol. 25, pp. 285-301.
- Chan, R.Y.K., dan Lau, L.B.Y., 2000, Antecedents of Green Purchases: a Survey in China. *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 17, No. 4, pp. 338-357.
- Chang, M.K., 1998, Predicting Unethical Behavior: a Comparison of the Theory of Reasoned Action and the Theory of Planned Behavior. *Journal of Business Ethics*, Vol. 17, pp. 1825-1998.
- Chen, Y-S. The driver of green innovation and green image – Green core competence. *Journal of Business Ethics*, 2008, Vol. 81, pp. 531-543.
- Conner, M., dan Armitage, C.J., (1998), Extending the Theory of Planned Behavior: a Review and Avenues for Further Research. *Journal Applied of Social Psychology*, Vol. 28, No. 15, pp. 1429-1464.
- Conner, M., dan Norman, P., 2005, Predicting Health Behaviour: Research and Practice With Social Cognition Models. *Open University Press Mcgreaw-Hill Education*.
- D'Souza, C., Taghian, M., dan Lamb, P., 2006, An Empirical Study on the Influence of Environmental Labels on Consumers. *Journal Corporate Communications: An International*, Vol. 11, No. 2, pp. 162-173.
- Diamantopoulos, A., Sclegelmilch, B.B., Sinkovics, R.R., dan Bohlen, G.M., 2003, Can Socio-Demographics Still Play a Role in Profiling Green consumers? A Review of the Evidence and an Empirical Investigation. *Journal of Business Research*, Vol. 56, pp. 465-480.
- Eerola, E., dan A. Huhtala, Voting for Environmental Policy Under Income and Preference Heterogeneity American, *Journal of Agricultural Economics*, 2008, Vol. 90, pp. 256-266.
- Fryxell, G.E., dan Lo, C.W.H., 2000, The Influence of Environmental Knowledge and Values on Managerial Behaviours on Behalf of the Environment: An Empirical Examination of Managers in China. *Journal of Business Ethics*, Vol. 46, pp. 45-69.
- Gumilar, I., 2012, Partisipasi Masyarakat Pesisir dalam Pengelolaan Ekosistem Hutan Mangrove Berkelanjutan di Kabupaten Indramayu. *Jurnal Akuatika*, Vol. III, No. 2. Pp. 198-211. ISSN: 0853-2523.
- Hair, J., William, C., Black, Barry, J., Babin, dan Rolph, EA., 2010, Multivariate Data Analysis. *Seventh Edition Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey*.

- Hartmann, P., dan V.A. Ibanez, (2006), Green value added. *Journal Marketing Intelligence & Planning*, 2006, Vol. 24, pp. 673-680.
- Hartmann, P., dan Apailaza-Ibanez, V., 2012, Consumer Attitude and Purchase Intention Toward Green Energy Brands: The Roles of Psychological Benefits and Environmental Concern. *Journal of Business Research*, Vol. 66, pp. 1254-1263.
- Heesup Han, Li-Tzang Hsu, dan Chwen Sheu, 2009, Application of the Theory of Planned Behavior to Green Hotel Choice: Testing the Effect of Environmental Friendly Activities. *Journal Tourism Management*, Vol. 31, pp. 325-334.
- Hsin-Hui Hu, Parsa, H.G., dan Self, J., 2010, The Dynamics of Green Restaurant Patronage, Vol. 51, pp. 334-362.
- Joshi. Y dan Rahman. Z. (2015), “Predictor of young consumer’s Green Purchase Behaviour”. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, Vol. 27, pp. 452-472
- Kalafatis, S.P., Pollard, M., East, R., dan Tsogas, M.H., 1999, Green Marketing and Ajzen’s Theory of Planned Behaviour: a Cross-Market Examination. *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 16, No. 5, pp. 441-460.
- Kong, W., Harun, A., Sulong, R.S., dan Lily, J., 2014, The Influence of Consumers’ Preception of Green Products on Green Purchase Intention. *Journal International of Asian Social Science*, Vol. 4, No. 8, pp. 924-939.
- Lee, J., Do-Hyung Park, dan Han, I., 2008, The Effect of Negative Online Consumer Reviews on Product Attitude An Information Processing View. *Journal Electronic Commerce Research and Application*, Vol.7, pp. 341-352.
- Liu, M-S., S-D, dan Wu. Green Supplier Assessment: A Case Study of the Fire Extinguisher Industry, *Journal of American Academy of Business*, 2009, Vol. 14, pp. 104-111.
- MacKenzie, S.B., Lutz, R.J., dan Belch, G.E., 1986, An empirical examination of the structural antecedents of attitude toward the ad in an advertising pretesting context. *Journal of Marketing*, Vol. 53, No.2, 48-65.
- Mostafa, M.M., 2009, Shade of Green: A Psychographic Segmentation of the Green Consumer in Kuwait Using Self-Organizing. *Journal Expert System With Application*, Vol. 36, pp. 11030-11038.
- Ng, S., dan Paladino, A., 2009, Examining Th Influences of Intention to Purchase Green Mobile Phones Among Young Consumers: An Empirical Analysis. *AZMAC*, pp. 1-8.

- Paul, J., Modi, A., dan Patel, J., 2015, Predicting Green product Consumption Using Theory of Planned Behavior and Reasoned Action. *Journal of Retailing and Consumer Service*, Vol. 29, pp. 123-134.
- Perugini, M., dan Bagozzi, R.P., 2001, The Role of Desire and Anticipated Emotions in Goal-Directed Behaviours: Broadening and Deepening the Theory of Planned Behaviour. *Journal of Social Psychology*, Vol . 40, pp. 79-98.
- Ping Wang, Qian Liu, dan Yu Qi, 2014, Factors Influencing Sustainable Consumption Behaviors: a Survey of The Rural Resident in China. *Journal of Cleaner Production*, pp. 1-14.
- Ramayah, T., Lee, J.W.C., dan Mohammad, 2010, Green Product Purchase Intention: Some Insight from a Developing Country. *Journal Resource, Conservation and Recycling*, Vol. 54, pp. 1419-1427.
- Rizwan, M., 2014, An Empirical Study About Green Purchase Intention. *Journal of Sociological Research*. Vol. 5, No. 1.
- Setyawan, A., Noermijati, N., Sunaryo, S., dan Aisjah, S., 2018, Green product buying intentions among young consumers: extending the application of theory of planned behavior, *Journal Problems and Perspectives in Management*, Vol. 16, pp. 145-154
- Shaputra, R.K., 2013, Penerapan Green Marketing Pada Bisnis Produk Kosmetik. *Jurnal JIBEKA*, Vol. 7, No. 3, pp. 47-53.
- Situmorang, J.R., 2011, Pemasaran Hijau yang Semakin Menjadi Kebutuhan Dalam Dunia Bisnis. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 7, No. 2, pp. 131 - 142. ISSN: 0216-1249.
- Suhardjana, J., 2009, Mengelola Konflik Lingkungan Hidup Dalam Rangka Mewujudkan Pembangunan Daerah Secara Berkelanjutan. *Jurnal Bumi Lestari*, Vol. 9, No. 2, pp. 300-305.
- Vincente-Molina, A.M., Fernandez-Sainz, A., dan Izagirre-Olaizola, J., 2013, Environmental Knowledge and Other Variables Affecting Pro-Environmental Behaviour: Comparison of University Students from Emerging and Advanced Countries. *Journal of Cleaner Production*, Vol. 61, pp. 130-138.
- Waksito, J., dan Irawati, Z., 2016, Memahami Praktik Perilaku Pro-Lingkungan berdasarkan Sikap, Norma, dan Perilaku Konsumen. *The 4th University Research Colloquium*. ISSN: 2407-9189.

- Yadav, R., dan Pathak, G.S., 2016, Young Consumers' Intention Toward Buying Green Product in a Developing Nation: Extending the Theory Planned Behavior. *Journal of Cleaner Production*, Vol. 135, pp. 732-739.
- Younus, S., Rasheed, F., dan Zia, A., 2015, Identifying the Factor Affecting Customer Purchase Intention. *Journal of Management and Business Research: Administration and Management*, Vol. 15, No. 2.
- Yu-Shan Chen, dan Ching-Hsun Chang, 2012, Enhance Green Purchase Intention The Roles of Green Perceived Value, Green Perceived Risk, and Green Trust. *Journal Management Decision*, Vol. 50, No. 3, pp. 502-520.
- Zikmund, Babin, Carr, Griffin, 2010, Business Research Methods 8th Edition. *a South Asian Perspective*.