

Studi Tentang Intensi Membeli Produk Ramah Lingkungan dan Faktor – Faktor yang Mempengaruhinya pada Mahasiswa Unisba

Puni Pinasih Rafianti, Milda Yanuvianti

Prodi Psikologi, Fakultas Psikologi

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

punipinasih@gmail.com

Abstract—Buying environmentally friendly products is an effort to solve the problem of environmental pollution and prevent the accumulation of plastic waste. Based on the concept of Ajzen (2005) in Theory of Planned Behavior, a person's intention to buy environmentally friendly products is determined by three determinants, namely Attitude Toward Behavior, Subjective Norm, and Perceived Behavior Control. This study aims to see the effect of these three determinants on the intention of buying behavior for environmentally friendly products in Unisba students. In this study using a quantitative approach with multiple regression analysis techniques. The sample in the study amounted to 402 people with the sampling technique used was purposive sampling. The measuring instrument used in this study was prepared based on the Theory of Planned Behavior concept proposed by Ajzen by capturing the subject's salient belief first and lowering it into the measuring instrument. The results showed that simultaneously, the three determinants of intention had a significant effect on intention of 62.7% ($R^2 = 0.627$). Partially, the determinant that gave the most significant influence was Attitude Toward Behavior at 56.7%, followed by Subjective Norm at 56.2% and Perceived Behavior Control at 35.5%

Keywords—Buying Environmentally Friendly Products, Intention, Unisba Students.

Abstrak—Membeli produk ramah lingkungan merupakan suatu upaya untuk menyelesaikan permasalahan pencemaran lingkungan dan mencegah penumpukan sampah plastik. Berdasarkan konsep dari Ajzen (2005) dalam *Theory of Planned Behavior*, Intensi seseorang membeli produk ramah lingkungan ditentukan oleh tiga determinannya, yaitu *Attitude Toward Behavior*, *Subjective Norm*, dan *Perceived Behavior Control*. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh ketiga determinan tersebut terhadap intensi perilaku membeli produk ramah lingkungan pada mahasiswa Unisba. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis regresi berganda. Sampel dalam penelitian berjumlah 402 orang dengan teknik sampling yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini disusun berdasarkan konsep *Theory of Planned Behavior* yang dikemukakan Ajzen dengan menjaring *salient belief* subjek terlebih dahulu dan menurunkannya ke dalam alat ukur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, ketiga determinan intensi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap intensi sebesar 62,7% ($R^2 = 0,627$). Secara parsial, determinan yang memberikan pengaruh paling signifikan

adalah *Attitude Toward Behavior* sebesar 56,7% , diikuti oleh *Subjective Norm* sebesar 56,2% dan *Perceived Behavior Control* sebesar 35,5%

Kata Kunci : Membeli Produk Ramah Lingkungan, Intensi, Mahasiswa Unisba.

I. PENDAHULUAN

Pencemaran lingkungan datang dari berbagai sumber dan memasuki udara, air dan tanah dengan berbagai cara. Pencemar udara terutama datang dari kendaraan bermotor, industri, dan pembakaran sampah. Pencemaran sungai dan air tanah terutama dari kegiatan domestik, industri, dan pertanian. Limbah cair domestik terutama berupa *Biochemical Oxygen Demand*, *Chemical Oxygen Demand* dan zat organik. Limbah cair industri menghasilkan BOD, COD, zat organik, dan berbagai pencemar beracun. Limbah cair dari kegiatan pertanian terutama berupa nitrat dan fosfat. Proses pencemaran dapat terjadi secara langsung maupun tidak langsung. Secara langsung yaitu bahan pencemar tersebut langsung berdampak meracuni sehingga mengganggu kesehatan manusia, hewan dan tumbuhan atau mengganggu keseimbangan ekologis baik air, udara maupun tanah. Proses tidak langsung, yaitu beberapa zat kimia bereaksi di udara, air maupun tanah, sehingga menyebabkan pencemaran. Sebenarnya alam memiliki kemampuan sendiri untuk mengatasi pencemaran (*self recovery*), namun alam memiliki keterbatasan. Setelah batas itu terlampaui, maka pencemar akan berada di alam secara tetap atau terakumulasi dan kemudian berdampak pada manusia, material, hewan, tumbuhan dan ekosistem. Tindakan pencegahan dilakukan dengan mengganti alat-alat rumah tangga, atau bahan bakar kendaraan bermotor dengan bahan yang lebih ramah lingkungan. Pencegahan dapat pula dilakukan dengan kegiatan konservasi, penggunaan energi alternatif, penggunaan alat transportasi alternatif, dan pembangunan berkelanjutan.

Berdasarkan hasil survey awal dengan 30 orang mahasiswa UNISBA mereka menyadari permasalahan lingkungan, namun rata – rata dari mahasiswa sudah mengetahui apa itu produk ramah lingkungan. mahasiswa UNISBA yang sudah memperlihatkan sikap untuk pembelian produk ramah lingkungan masih belum banyak, karena yang melakukan pembelian produk ramah

lingkungan hanya sebagian mahasiswa saja. Dapat dilihat bahwa mahasiswa UNISBA masih banyak yang belum menggunakan produk ramah lingkungan, dan mahasiswa pun masih menggunakan produk – produk yang belum ramah lingkungan, seperti keresek dan sedotan plastik. Mahasiswa tersebut menyadari bahwa sudah harus mulai menunjukkan sikap yang peduli akan lingkungan, seperti mahasiswa adalah populasi yang sering terlihat dalam lingkungan.

Dalam memunculkan perilaku membeli ramah lingkungan, dengan menggunakan intensi dapat dilihat melalui sikap konsumen itulah yang sangat penting. Sehingga penegasan ini dapat didukung dari ketiga jurnal bahwa perilaku ramah lingkungan itu disebabkan oleh adanya sikap dalam membeli produk ramah lingkungan secara pribadi. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melihat dan mengkaji perilaku membeli produk ramah lingkungan dengan menggunakan teori intensi. Berdasarkan latar belakang diatas peneliti melakukan penelitian tentang “Studi tentang Intensi Membeli Produk Ramah Lingkungan dan Faktor – Faktor Yang Mempengaruhinya Pada Mahasiswa Unisba”.

II. LANDASAN TEORI

Theory of planned behavior dikembangkan oleh Ajzen pada tahun 1991. Teori ini mengusulkan sebuah model yang dapat mengukur bagaimana perilaku manusia dapat muncul. Model ini dapat memprediksi terjadinya perilaku tertentu, asalkan perilaku disengaja. Berdasarkan teori tersebut, penentu perilaku terpenting seseorang adalah intensi untuk berperilaku. Intensi berperilaku dianggap sebagai anteseden terdekat dari suatu perilaku. Dipercaya bahwa semakin kuat intensi seseorang untuk menampilkan suatu perilaku tertentu, semakin mungkin baginya untuk melakukan perilaku tersebut (Ajzen, 1991)

Intensi adalah suatu fungsi dari *belief* dan informasi yang penting mengenai kecenderungan bahwa menampilkan suatu perilaku tertentu akan mengarahkan pada suatu hasil yang spesifik, intensi berperan sebagai prekursor perilaku.

A. Determinan Intensi

1. Attitude Toward Behavior

Attitude Toward Behavior atau sikap terhadap perilaku merupakan keadaan internal yang mempengaruhi individu untuk bertindak terhadap suatu objek. Attitude Toward Behavior merupakan evaluasi positif atau negatif terhadap konsekuensi dari tingkah laku yang akan dimunculkan Attitude Toward Behavior ditentukan oleh keyakinan mengenai konsekuensi dari suatu perilaku, yang disebut *behavioral belief*. Beberapa *behavioral belief* dihubungkan outcome yang akan didapat dari suatu perilaku atau terhadap beberapa atribut perilaku, seperti kerugian atau keuntungan yang akan didapat dari suatu perilaku atau terhadap beberapa atribut perilaku, seperti kerugian atau keuntungan yang akan didapatkan dengan menampilkan perilaku

tersebut. Attitude Toward Behavior merupakan evaluasi seseorang mengenai outcome yang akan ia dapatkan diasosiasikan dengan perilaku dan kuatnya asosiasi yang dibentuknya.

2. Subjective Norm

Subjective Norm atau norma subjektif adalah penghayatan individu terhadap tekanan sosial dari referents yang mengharapkan individu untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu. Subjective Norm merupakan determinan kedua dari intensi, juga diasumsikan sebagai fungsi keyakinan, namun keyakinan yang berbeda. Keyakinan yang dimaksud adalah keyakinan seseorang bahwa seseorang yang spesifik baginya, atau kelompoknya menyetujui atau tidak menyetujuinya untuk melakukan suatu perilaku. Pada beberapa perilaku important referents seperti orang tua, pasangan, teman karib, relasi kerja, atau orang lain yang berhubungan dengan suatu perilaku tersebut seperti ahli fisika, dokter dan sebagainya memiliki pengaruh bagi individu untuk memutuskan melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku, inilah yang disebut sebagai *normative belief*. Saat ada seseorang yang ia yakini merupakan seseorang yang berpengaruh pada mereka, maka ia akan menjadi seseorang yang dianggap penting dalam memandang apakah perilaku tertentu akan dilakukan atau tidak

3. Perceived Behavioral Control

Perceived Behavioral Control adalah persepsi individu mengenai mudah atau sulitnya menampilkan tingkah laku tertentu yang diasumsikan sebagai refleksi pengalaman masa lalu dan hambatan yang diantisipasi. *Perceived Behavioral Control* juga diasumsikan sebagai fungsi keyakinan. Keyakinan yang dimaksud disini adalah keyakinan mengenai tersedia atau tidak tersedianya faktor yang memfasilitasi atau menghalangi untuk dilakukannya suatu perilaku. Keyakinan ini disebut sebagai *control belief*. *Control belief* seseorang ini dapat berasal dari pengalaman dengan perilaku tersebut, juga bisa berasal dari informasi dari orang lain dengan mengamati pengalaman teman, dan faktor lain yang meningkatkan atau mengurangi perasaan individu mengenai kesulitan atau kemudahan untuk melakukan suatu perilaku. Semakin banyak sumber daya dan kesempatan yang dimiliki, dan semakin banyak rintangan yang dapat diantisipasi, maka hal ini akan semakin memperkuat *perceived behavioral control* yang dimiliki individu terhadap perilaku. *Control belief* yang mengacu pada persepsi seseorang mengenai ada atau tidaknya kapasitas seseorang untuk menampilkan suatu perilaku dapat merumuskan determinan *perceived behavioral control*

B. Produk Ramah Lingkungan

Produk ramah lingkungan berasal dari bahan yang tidak mencemari lingkungan dan kemasan yang mudah untuk diurai sehingga tidak menjadi sampah proses produksinya pun tidak banyak mengeluarkan limbah.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,792 ^a | ,627 | ,622 | 5,146 |

a. Predictors: (Constant), X6TOTAL, X3TOTAL, X5TOTAL, X4TOTAL, X1TOTAL, X2TOTAL

b. Dependent Variable: YTOTAL

Berdasarkan tabel koefisien determinasi regresi berganda di atas, diketahui bahwa nilai *R Square* pada tabel di atas menunjukkan angka 0.627. *R Square* (koefisien determinasi) menunjukkan besar pengaruh variabel-variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel bebas terdiri dari *Attitude Toward the Behavior*, *Subjective Norms*, dan *Perceived Behavior Control*, secara bersama-sama memberikan pengaruh kepada intensi sebesar 62,7%. Sedangkan sebesar 37,3% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini

Regresi Determinan Intensi

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Sig. |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|-------------------|
| Attitude Toward Behavior | ,753 ^a | ,567 | ,566 | 5,413 | ,000 ^b |
| Subjective Norm | ,750 ^a | ,562 | ,561 | 5,442 | ,000 ^b |
| Perceived Behavior Control | ,596 ^a | ,355 | ,354 | 6,605 | ,000 ^b |

Berdasarkan tabel di atas, nilai Sig. Variabel *Attitude Toward Behavior* lebih kecil dari nilai *alpha*, yaitu 0.000 (Sig.) < 0.05 (*alpha*). Dengan demikian, secara parsial variabel *Attitude Toward Behavior* berpengaruh signifikan terhadap Intensi. Sedangkan nilai *R Square* dari variabel ini menunjukkan angka 0.566. Dengan demikian, secara parsial variabel *Attitude Toward Behavior* memberikan pengaruh sebesar 56.6% terhadap Intensi.

Untuk nilai Sig. Variabel *Subjective Norm* lebih kecil dari nilai *alpha*, yaitu 0.000 (Sig.) < 0.05 (*alpha*). Dengan demikian, secara parsial variabel *Subjective Norm* berpengaruh signifikan terhadap Intensi. Sedangkan nilai *R Square* dari variabel ini menunjukkan angka 0.561. Dengan demikian, secara parsial variabel *Subjective Norm* memberikan pengaruh sebesar 56.1% terhadap Intensi

Untuk nilai Sig. Variabel *Perceived Behavior Control* lebih kecil dari nilai *alpha*, yaitu 0.000 (Sig.) < 0.05 (*alpha*). Dengan demikian, secara parsial variabel *Perceived*

Behavior Control berpengaruh signifikan terhadap Intensi. Sedangkan nilai *R Square* dari variabel ini menunjukkan angka 0.354. Dengan demikian, secara parsial variabel *Perceived Behavior Control* memberikan pengaruh sebesar 35.4% terhadap Intensi.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengolahan data serta pembahasannya maka didapat beberapa simpulan, yaitu:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang tinggi antara determinan intensi terhadap intensi perilaku membeli produk ramah lingkungan yaitu sebesar 62,7%.
2. Sebanyak 53,64% (216 orang) mahasiswa Unisba memiliki intensi yang kuat untuk membeli produk ramah lingkungan.
3. *Attitude Toward Behavior* merupakan faktor pembentuk intensi yang paling berkontribusi besar terhadap intensi perilaku membeli produk ramah lingkungan sebesar 56,7%.

V. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, peneliti merumuskan beberapa hal yang dapat disarankan adalah sebagai berikut:

1. Bagi UNISBA yang selalu menyelenggarakan kegiatan expo pada mata kuliah kewirausahaan dapat mempromosikan produk – produk ramah lingkungan dengan kreatif sehingga banyak mahasiswa yang akan tertarik untuk membeli produk ramah lingkungan

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ajzen, I. (2005). Attitudes, personality, and behavior. New York: Milton Keynes : Open University Press, 1988.
- [2] Chan, R. Y. (2001). Determinants of Chinese consumers' green purchase behavior. *Psychology & Marketing* , 389-413.
- [3] Fani, A. D. (2013). Green Purchasing Behavior: Green Product and Ajzen Theory of Planned Behavior. *Jurnal psychology and marketing*, 56-67.
- [4] Ismi, F. (2015, June 25). Sadar Hidup dengan 3R dan Go Green. Retrieved January 2, 2020, from Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/kophi/5512b6128133118507bc5fc/a/sadar-hidup-dengan-3r-dan-go-green>
- [5] Linda Steg, J. W. (2014). An Integrated Framework for Encouraging Pro-environmental. *Journal of Environmental Psychology*, 104-115.
- [6] Nairobi. (2014, March 26). UNEP 2013 Annual Report Spotlights Action on Key Environmental Issues. Retrieved Januari 13, 2020, from UN Environment Programme: <https://www.unenvironment.org/news-and-stories/press-release/unep-2013-annual-report-spotlights-action-key-environmental-issues>
- [7] Qauliyah, A. (2015, May 25). Cara Pencegahan Pencemaran Lingkungan. Retrieved January 13, 2020, from Astalog:

<https://www.astalog.com/1739/cara-pencegahan-pencemaran-lingkungan.htm>

- [8] Rostendi, T. (2018, April 25). Bahaya plastik bagi kesehatan tubuh dan lingkungan. Retrieved Juni 4, 2020, from Kumparan: <https://kumparan.com/>
- [9] Wilcox, M. A. (2014). A study of college student attitudes and behaviors.
- [10] Wira, Y. (2019, Mei 19). Dampak Sedotan Plastik terhadap Lingkungan dan Kesehatan di Indonesia. Retrieved April 17, 2020, from Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/yannuarwira0275/5cdf31f595760e77d70ada46/dampak-sedotan-plastik-terhadap-lingkungan-dan-kesehatan-di-indonesia?page=2>
- [11] Yatish Joshi, Z. R. (2015). Factors Affecting Green Purchase Behaviour and Future Research. 128-143.