

ANALISIS PEMBELIAN PRODUK RAMAH LINGKUNGAN (GREEN PURCHASE) MELALUI KESADARAN TENTANG LINGKUNGAN, KESEHATAN DAN SIKAP PADA MAHASISWA STIE NGANJUK

Prasetya Tri Mahendra¹, Muhammad Bawono²
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Nganjuk
prasetyatrimahendra@stienganjuk.ac.id
pmsukses@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the purchase and use of environmentally friendly products (green purchase) among STIE Nganjuk students through socialization of awareness in being friendly to the environment, health, and attitudes. The researcher used the causal associative method using 100 students as respondents. For data collection using observation and questionnaire techniques, while to test the variables using multiple regression analysis through t test and F test (to test the hypothesis). The results of this research review using multiple linear analysis test which shows that of the variables of environmental awareness, health, and attitude, only the first variable positively and significantly affects the purchase intention of environmentally friendly products (green purchase) on STIE Nganjuk students.

Keyword : green purchase, product, awareness

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pembelian dan penggunaan produk ramah lingkungan (green purchase) dikalangan mahasiswa STIE Nganjuk melalui sosialisasi tentang kesadaran dalam ramah terhadap lingkungan, kesehatan, dan sikap. Peneliti menggunakan metode asosiatif kausal dengan menggunakan responden sebanyak 100 mahasiswa. Untuk pengumpulan data menggunakan teknik observasi dan koesioner, sedangkan untuk menguji variabelnya menggunakan analisis regresi berganda melalui uji t dan uji F (untuk pengujian hipotesisnya). Hasil dari review penelitian ini menggunakan uji analisis linier berganda yang menunjukkan bahwa dari variabel kesadaran terhadap lingkungan, kesehatan, dan sikap hanya variabel pertama yang secara positif dan signifikan mempengaruhi niat pembelian produk ramah lingkungan (green purchase) pada Mahasiswa STIE Nganjuk.

Kata kunci: green purchase, product, awareness

PENDAHULUAN

Implementasi perilaku dari setiap individu di masyarakat akan kesadaran terhadap lingkungan sehat merupakan salah satu cerminan upaya pelestarian alam, salah satu contohnya adalah dengan meminimalisasi penggunaan plastik dengan mendaur ulang kembali, sehingga tidak menimbulkan sampah yang berbahaya bagi lingkungan alam. Istilah go green di akhir-akhir ini mulai digaungkan kembali untuk menumbuhkan kembali kesadaran manusia akan kelestarian alam untuk generasi selanjutnya (Yona & Thamrin, 2020).

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Nganjuk, berupaya mensosialisasikan gerakan green purchase (pembelian/penggunaan produk ramah lingkungan) dikalangan akademisi dan mahasiswanya. Salah satu upaya yang saat ini sedang dilakukan adalah meminimalisasi penggunaan plastik dalam setiap kegiatan-kegiatan di kampus maupun diluar kampus, beberapa kegiatan pelatihan kewirausahaan yang bekerja sama dengan banyak priktisi dan UKM (Usaha Kecil Menengah) yang diadakan di dalam/luar kampus berupaya menggunakan/membeli produk daur ulang untuk produk-produk yang dihasilkan sebagai outcome/luaran dari kegiatannya, seperti kertas pembungkus/tas daur ulang, daur ulang botol plastik, dan kemasan daur ulang plastik lainnya.

Dalam beberapa kesempatan memang hal ini masih perlu untuk diingatkan selalu kepada mahasiswa, terutama dalam konsistensi program green purchase ini. Faktor Kesadaran, kesehatan, dan sikap masih kurang diimplementasikan dalam kehidupan didalam dan diluar kampus. Mensikapi hal tersebut, peneliti mencoba untuk membuat riset yang nantinya dapat bermanfaat sebagai solusi untuk menumbuhkan sikap dan karakter bagi mahasiswa yang sadar dan ramah terhadap lingkungan sekitarnya.

Berdasarkan uraian diatas peneliti berasumsi bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi Green Purchasing antara lain kesadaran tentang lingkungan, kesehatan dan sikap. Hal ini diperkuat dengan adanya penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Azizan & Suki, 2013), yang menyatakan bahwa Green Purchasing Intention dipengaruhi oleh Health Consciousness, Environmental Attitudes dan Environmental Knowledge, sedangkan penelitian dari (Wiranto & Adialita, 2020) menyatakan bahwa green purchasing intention dipengaruhi oleh pengetahuan tentang lingkungan, sikap pada lingkungan, dan norma subjektif.

Green Purchase

Dalam pengertiannya green purchase (Naidoo & Verma, 2019) adalah merupakan praktek menerapkan kriteria lingkungan ke dalam pemilihan produk atau jasa yang ingin dibeli. Sedangkan dalam book section (Kumar & Sreen, 2019) mengemukakan bahwa merupakan kesediaan dan keinginan seseorang untuk cenderung kepada barang-barang yang tidak berbahaya bagi lingkungan dibandingkan produk sejenis sebelum dan setelah mereka melakukan pembelian.

Green purchase adalah istilah minat seseorang untuk menggunakan produk yang tidak berbahaya lingkungan atau produk sehat/hijau (Azizan & Suki, 2013) dan menunjukkan bahwa orang-orang yang sangat peduli tentang isu-isu lingkungan akan cenderung untuk membeli produk ramah lingkungan dibandingkan mereka yang kurang peduli. (Sharma & Kushwaha, 2018) Green purchase mengacu pada kesediaan individu untuk cenderung pada barang yang tidak berbahaya bagi lingkungan.

Kesadaran tentang Lingkungan

Menurut Bahasa lain kita mengenal dengan istilah Environmental Attitudes, yaitu (Heberlein, 2013) sikap peduli akan lingkungan yang memberikan dampak positif untuk penggunaan produk yang ramah lingkungan. Orang yang memiliki sikap seperti ini adalah orang yang terbiasa dengan gaya hidup sehat dimanapun dia berada.

Kesadaran akan lingkungan didefinisikan sebagai kecenderungan belajar untuk merespon secara konsisten dengan mendukung atau tidak terhadap kondisi lingkungan (Miswan & Rasyid, 2020). (Berry, 2018) berpendapat bahwa environmental attitudes mengacu kepada penilaian dalam diri seseorang terhadap kelestarian lingkungan. Environmental attitude didasari pada kesadaran dari dalam diri seseorang terhadap kelestarian lingkungan dengan pertimbangan yang dilakukan seseorang berdasarkan aspek kognitif, bukan perasaan (afektif) yang berarti pemahaman mengenai kondisi dan masalah lingkungan menjadi sesuatu yang utama karena akan berpengaruh terhadap tindakan dan sikap individu tentang masalah lingkungan mereka.

Kesadaran tentang Kesehatan

Faktor kesehatan selalu berkait dengan lingkungan kehidupan, dalam penelitian ini kita menggunakan kondisi kesehatan (health consciousness) adalah sejauh mana seseorang memperhatikan kondisi medis/kesehatan sebagai bagian dari kehidupan keseharian mereka (Abalaesei & Sandu, 2015).

(Ziguras, 2003) Hal utama yang harus diperhatikan dalam menggunakan suatu barang adalah pengaruh barang tersebut terhadap kesehatan kita sendiri. Alasan utama untuk membeli dan mengonsumsi makanan organik adalah kepedulian terhadap kesehatan. Kesadaran akan kesehatan (health consciousness) mengarahkan seseorang untuk terlibat dalam kegiatan yang menyehatkan. Individu dengan tingkat health consciousness yang tinggi akan mempertimbangkan dalam membeli produk yang aman bagi kesehatannya. (Kim et al., 2018)

Sikap

Sikap didefinisikan sebagai ukuran tindakan, perasaan, dan penilaian pada suatu objek. Hal tersebut dapat memiliki arti yang berbeda disebabkan adanya pengalaman, pertimbangan, serta pemahaman yang pernah dialami seseorang dalam suatu kondisi, artinya sikap terhadap suatu kejadian atau obyek dapat yang bersifat baik/positif (menerima) dan tidak baik/negatif (tidak menerima).

Seperti yang ditunjukkan oleh LL. Thursione yang dikutip oleh Abu Ahmadi (Abu Ahmadi, 2003) menyatakan, Sikap adalah derajat kecenderungan yang positif atau negatif yang berhubungan dengan kondisi mental. Objek ilmu mental ini antara lain: gambar, kata-kata, merek dagang, individu, organisasi, pemikiran, dan lain-lain. Orang dikatakan memiliki pandangan yang menggembirakan terhadap suatu hal jika mereka suka atau memiliki watak yang ideal, kemudian orang dikatakan memiliki sikap kurang baik terhadap kondisi mental jika mereka membenci atau memiliki sikap yang buruk terhadap kondisi mental.

La Pierre (Abu Ahmadi, 2003) berpendapat bahwa disposisi adalah contoh perilaku, kecenderungan atau persiapan yang diharapkan, kecenderungan untuk menyesuaikan diri dengan keadaan sosial, atau pada dasarnya, perspektif adalah reaksi terhadap peningkatan sosial yang dibentuk. Orang mungkin mengatakan bahwa persiapan yang direncanakan adalah kecenderungan yang mungkin untuk merespons dengan tujuan tertentu dalam pikiran ketika seorang individu dihadapkan dengan peningkatan yang membutuhkan reaksi. Sesuai Cardno (Abu Ahmadi, 2003), menyatakan bahwa indikasi mentalitas tidak dapat dilihat secara langsung, namun harus diuraikan terlebih dahulu sebagai perilaku yang masih tertutup. Secara fungsional, pemikiran mentalitas menunjukkan implikasi dari tanggapan yang sesuai untuk kelas peningkatan tertentu dan

dalam penggunaan akal sehat, perspektif sering dihadapkan dengan dorongan sosial dan tanggapan yang mendalam. Artinya secara garis besar, sikap adalah kewajaran seseorang untuk kondisi dari berbagai dinamika disekitarnya seperti sosial dan mentalitas.

Penelitian sebelumnya

The influence of green brand affect on green purchase intentions: The mediation effects of green brand associations and green brand attitude (Chen et al., 2020)

Pengaruh green product knowledge, green trust dan perceived price terhadap green purchase intention konsumen merek aqua dengan botol 100% recycled (Wiranto & Adialita, 2020)

Pengaruh green brand positioning dan green brand knowledge terhadap green purchase intention melalui sikap pada green brand sebagai variabel mediasi (Wahyuningtias & Artanti, 2020)

Hipotesis

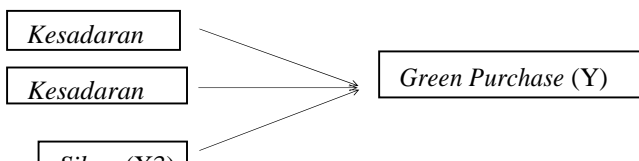
Berdasarkan kajian teori yang telah disampaikan dari pendapat para ahli sebelumnya dan rumusan masalah dari penelitian, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Kesadaran terhadap lingkungan berpengaruh terhadap green purchase.

H2 : Kesadaran terhadap kesehatan berpengaruh terhadap green purchase.

H3 : Sikap berpengaruh terhadap green purchase.

Dari penggambaran hipotesis, untuk dapat mempermudah dalam pembahasan, peneliti mengusulkan rencana atau garis besar yang digunakan sebagai pembantu dalam artikel ini. Secara efisien kerangka model penelitian ini digambarkan sebagai berikut:



METODE

Dalam riset ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, asosiatif kausal (Sugiyono, 2019) dan (Tantawi et al., 2019), menyatakan bahwa rumusan dalam masalah penelitian bersifat kalimat Tanya tentang hubungan antara dua l atau lebih variabel. Hubungan kausal merupakan hubungan yang didasarkan pada sebab akibat. Dalam penelitian ini terdapat variabel bebas/independen dan variabel terikat/dependen.

Jumlah populasi sama dengan sampel (Sugiyono, 2016) dari penelitian ini berjumlah 100 responden, yaitu mahasiswa STIE Nganjuk dengan rentang waktu penelitian selama 1 tahun (2 semester Tahun Akademik 2020/2021). Untuk teknik *sampling*, kami menggunakan *purposive sampling*, dengan teknik analisisnya menggunakan regresi berganda (Sugiyono, 2019). Pengujian hipotesis melalui uji t (parsial) dan uji F (simultan).

Untuk variabel penelitian terdiri dari 2 jenis yaitu :

a. Variabel Bebas/Independen

Terdapat 3 (tiga) variabel independen dalam penelitian ini, yaitu Kesadaran tentang Lingkungan (X1), Kesehatan (X2) dan Sikap (X3)

b. Variabel Terikat/Dependen

Sedangkan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian adalah *green purchase* (pembelian/penggunaan produk ramah lingkungan) yang berasal dari data pembelian oleh mahasiswa STIE Nganjuk (Tantawi et al., 2019)

Digunakan 2 metode dalam pengumpulan data sampel, yaitu melalui penagamatan/observasi dan koesioner. Penggunaan skala Likert (Sugiyono, 2016) untuk pengukuran instrumen dalam koesioner yang diberikan kepada para mahasiswa, yaitu menggunakan skor penilaian indikator dari variabel yang ada.

SS : Sangat Setuju : 5
S : Setuju : 4
N : Netral : 3

TS : Tidak Setuju : 2
STS : Sangat Tidak Setuju : 1

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil identifikasi responden pada penelitian ini terdiri dari jenis kelamin, berdasarkan umur, dan pengetahuan tentang produk. Berdasarkan kriteria jenis kelamin dari 100 responden, sebagian besar responden adalah wanita sebanyak 66 orang (66%). Berdasarkan kriteria usia dari 100 responden, berusia 19 tahun sebanyak 36 orang (36%). Berdasarkan kriteria pengetahuan tentang produk dari 100 responden semua responden mengetahui tentang produk ramah lingkungan 100 orang (100%).

Hasil Analisis Data Uji Validitas

Tabel 1 . Hasil Uji Validitas

Variabel	Jumlah Pertanyaan/ Pernyataan	Jumlah Gugur	Keterangan
<i>Green Purchasing</i> (Y)	4	0	Valid
Kesadaran terhadap Lingkungan (X ₁)	5	0	Valid
Kesadaran terhadap Kesehatan (X ₂)	7	0	Valid
Sikap (X ₃)	3	0	Valid
	17	0	

Sumber: Output SPSS ver. 25 (2021).

Berdasarkan perhitungan uji validitas apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0,3640 maka pernyataan dikatakan valid. Dari 17 item pernyataan yang ada, semua pertanyaannya valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Green Purchasing</i> (Y)	0,893	Reliabel
Kesadaran terhadap Lingkungan (X ₁)	0,839	Reliabel
Kesadaran terhadap Kesehatan (X ₂)	0,845	Reliabel
Sikap (X ₃)	0,801	Reliabel

Sumber: Output SPSS ver. 25 (2021).

Dari hasil *Reliabilitas test* pada tabel diatas, nilai *Cronbach's Alpha* untuk *Green Purchasing* (adalah 0,893, Kesadaran terhadap Lingkungan (X₁) = 0,839, Kesadaran terhadap Kesehatan (X₂) = 0,845, dan *Sikap* (X₃) = 0,801 . Artinya dapat ditunjukkan bahwa semua instrumen penelitian adalah dapat dipercaya atau reliabel.

Uji Normalitas

Berdasarkan data yang diolah dengan program SPSS versi 25. diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 3 . Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Variabel	Kolmogorov-Smirnov Z	Asymp. Sig (2 tailed)	Keterangan
Green Purchasing (Y)	1192	0,115	Normal
Kesadaran terhadap Lingkungan (X ₁)	880	0,413	Normal
Kesadaran terhadap Kesehatan (X ₂)	1102	0,172	Normal
Sikap (X ₃)	1266	0,82	Normal

Sumber: Output SPSS ver. 25 (2021).

Berdasarkan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, dapat disampaikan bahwa semua variabel diperoleh probabilitas *Asymp. Sig. (2-tailed)* > 0,05 yaitu *Green Purchase* memiliki signifikan 0,115, variabel Kesadaran terhadap Lingkungan memiliki signifikan 0,413, variabel Kesadaran terhadap Kesehatan memiliki tingkat signifikan 0,172, dan Variabel Sikap memiliki signifikan 0,82. Artinya dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Berdasarkan data yang diolah dengan program SPSS versi 25. diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4 . Uji Multikolinearitas

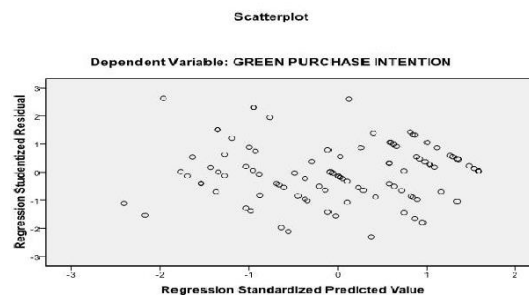
Variabel	Tolerance	VIF
Kesadaran terhadap Lingkungan (X ₁)	0,341	2,913
Kesadaran terhadap Kesehatan (X ₂)	0,254	3,901
Sikap (X ₃)	0,334	2,974

Sumber: Output SPSS ver.25 (2021).

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa kedua variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi syarat untuk dimasukkan kedalam suatu model, dimana VIF (*Variances Inflating Factor*) Semua nilai variabel < 10 . Berdasarkan analisis ini dapat disimpulkan, bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan data yang diolah dengan program SPSS versi 25. diperoleh hasil sebagai berikut :



Dari output di atas dapat diketahui bahwa penyebaran residual bersifat acak/tidak beraturan. Dalam diagram terlihat plot yang menyebar tidak berpola. Hal ini dapat diartikan bahwa persamaan regresi memenuhi asumsi heterokedastisitas.

Analisis Regresi Berganda

Hasil analisis regresi berganda dapat dilihat pada Tabel berikut ini:

Tabel 5 . Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Ajusted R Square	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	1.432	.884		1.624	0,749	110
Kesadaran terhadap Lingkungan (X ₁)	.067	.072	.082	926		360
Kesadaran terhadap Kesehatan (X ₂)	.562	.085	.669	6.776		002
Sikap (X ₃)	.195	.113	.153	1.732		089

Sumber: Output SPSS ver.24 (2019).

Dari Tabel 5 diatas dapat ditentukan persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = 1.432 + 0,067 X_1 + 0,562 X_2 + 0,195 X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas, maka dapat diinterpretasi sebagai berikut:

Konstanta sebesar 1.432 menunjukkan tanpa adanya variabel bebas yaitu Kesadaran terhadap Lingkungan (X₁), Kesadaran terhadap Kesehatan (X₂), dan Sikap maka akan terjadi penurunan komitmen organisasional (Y) sebesar 1.432.

Nilai koefisien regresi (β) dari Kesadaran terhadap Lingkungan (X₁) yang diperoleh bernilai positif yakni 0,067 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan variabel Kesadaran terhadap Lingkungan satu satuan, maka akan terjadi peningkatan Green Purchasing sebesar 0,067 satuan.

Nilai koefisien regresi (β) dari variabel Kesadaran terhadap Kesehatan (X₂) yang diperoleh bernilai positif yakni 0,562 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan variabel Environmental Attitudes Kesadaran terhadap Kesehatan satu satuan, maka akan terjadi peningkatan Green Purchasing 0,562 satuan.

Nilai koefisien regresi (β) dari variabel Sikap (X₃) yang diperoleh bernilai positif yakni 0,195 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan variabel Sikap satu satuan, maka akan terjadi peningkatan Green Purchasing 0,195 satuan.

Pengujian Hipotesis

Untuk pengujian hipotesis, dilakukan melalui Uji t. Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara sendiri/parsial pada setiap variable bebas/independen terhadap variabel terikat/dependen. Hasil analisis pada tabel diatas menggunakan SPSS Versi 25, dengan diperoleh hasil:

Hipotesis 1

Kesadaran terhadap Lingkungan berpengaruh signifikan terhadap Green Purchasing. Berdasarkan tabel 5 diketahui bahwa nilai Sig. 0,360 > 0,05 yang berarti Kesadaran terhadap Lingkungan (X₁) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Green Purchasing (Y). Dengan demikian H₀ diterima dan H_a ditolak.

Hipotesis II

Kesadaran terhadap Kesehatan terhadap Green Purchasing. Berdasarkan tabel 5 diketahui bahwa nilai Sig. 0,002 < 0,05 yang berarti Kesadaran terhadap Kesehatan (X₂) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Green Purchasing (Y). Dengan demikian H₀ ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti jika Kesadaran terhadap Kesehatan meningkat maka Green Purchasing akan meningkat.

Hipotesis III

Sikap terhadap Green Purchasing. Berdasarkan tabel 5 diketahui bahwa nilai Sig. 0,089 > 0,05 yang berarti Sikap (X3) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Green Purchasing (Y). Dengan demikian H0 diterima dan Ha ditolak.

Koefisien determinasi

Hasil koefisien determinasi menunjukkan besarnya dukungan variabel independen terhadap variabel dependen. Dari tabel dapat dilihat Adjusted Rsquare 0,749 artinya dukungan variabel Kesadaran terhadap Lingkungan, Kesadaran terhadap Kesehatan dan Sikap terhadap Green Purchasing sebesar 74,9% adalah 27,3%, sedangkan 66,1% ditentukan oleh faktor lainnya yang tidak diada dalam penelitian ini.

Pengaruh Kesadaran terhadap Lingkungan terhadap Green Purchasing pada Mahasiswa STIE Nganjuk.

Menurut Sandu (2015), Kesadaran tentang lingkungan dapat didefinisikan sebagai penilaian dari seorang individu terhadap perlindungan akan lingkungan, karena individu tersebut peduli akan lingkungan serta nilai-nilai yang ditanamkan untuk menjaga kelestarian lingkungan. Environmental attitude mengacu kepada penilaian seseorang terhadap nilai dari kelestarian lingkungan. (Andrew dan Slamet, 2013).

Hasil ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan Azizan dan Suki (2013) dengan judul *consumer's intention to purchase green product: insights from Malaysia*. Dalam penelitian tersebut menyimpulkan bahwa health consciousness, Hasil dari penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ahmad dan Juhdi (2010), dengan judul *organic food: a study on demographic characteristics and factors influencing purchase intentions among consumers in Klang Valley, Malaysia*. Dalam penelitian ini dapat diambil keputusan bahwa health consciousness, environmental consciousness, dan environmental, dan environmental knowledge attitudes berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk oleh konsumen.

Penelitian sebelumnya yang juga tidak mendukung penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Kim dan Chung (2011), dengan judul *consumer purchase intention for organic personal care products*. Dalam penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa health consciousness, environmental consciousness, dan appearance consciousness berpengaruh secara signifikan terhadap intention to buy organic skin/hair care product.

Pengaruh Kesadaran terhadap Kesehatan terhadap Green Purchasing pada Mahasiswa STIE Nganjuk.

Menurut Kongkajaroen, (Kongkajaroen et al., 2014), dalam perhatian akan kesehatan seseorang akan memikirkan lingkungan mereka seperti air atau udara yang bersih, karena air atau udara yang bermasalah pada kesehatan seseorang. Konsumen akan memperhatikan konsumsi sehari-hari mereka demi keamanan keluarga dan diri mereka sendiri.

Berdasarkan hasil analisis data dalam tabel menunjukkan bahwa, environmental attitudes berpengaruh positif dan signifikan terhadap green purchase. Penelitian terdahulu mendukung hasil dari penelitian ini yaitu variabel environmental attitudes berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel green purchase intention.

Pengaruh Kesadaran terhadap Lingkungan terhadap Green Purchasing pada Mahasiswa STIE Nganjuk.

Menurut (Ahmad & Thyagaraj, 2015) Sikap (environmental knowledge) mengindikasikan bagaimana kesadaran seseorang terhadap lingkungan yang berhubungan dengan tanggung jawab dari developer dalam mengembangkan produk, bagaimana dampak dari pengembangan tersebut terhadap lingkungan.

Salah satu komponen penting dalam kebiasaan konsumen dalam memperhatikan lingkungan adalah meningkatkan pengetahuan akan produk dan lingkungan. Peningkatan kesadaran seseorang akan pengetahuan tentang produk hijau akan berdampak terhadap keputusan pembelian orang tersebut (Barber et al., 2009).

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa, Sikap memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap green purchase. Dengan begitu apabila seseorang memiliki Sikap yang kuat ternyata belum menimbulkan tindakan untuk melakukan green purchase begitu juga sebaliknya apabila seseorang memiliki Sikap yang kurang, maka tindakan green purchase atau membeli produk hijau dari orang tersebut juga kurang. Dengan kata lain, produk hijau lebih banyak dibeli orang yang memiliki sikap yang besar akan lingkungan.

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian mengenai pengaruh Kesadaran terhadap Lingkungan, Kesadaran terhadap kesehatan, dan Sikap (pengetahuan akan lingkungan) terhadap green purchase (niat pembelian produk hijau) pada Mahasiswa STIE Nganjuk adalah sebagai berikut:

Kesadaran terhadap Lingkungan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap green purchase (niat pembelian produk hijau). Individu yang peduli dan mementingkan lingkungannya akan berupaya menjaga lingkungannya dengan mengonsumsi produk hijau.

Kesadaran terhadap Kesehatan berpengaruh positif signifikan terhadap green purchase (niat pembelian produk hijau). Penilaian kognitif individu yang positif terhadap kesehatannya cenderung mengembangkan sikap positif terhadap produk maupun kegiatan yang sesuai dengan nilai tersebut Karena dengan sikap terhadap kesehatan menandakan kepedulian seseorang terhadap kesehatan dan senantiasa berupaya menjaganya dengan hal-hal yang baik bagi kesehatan. Sikap berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap green purchase intention (niat pembelian produk hijau). Sikap tentang lingkungan dan kesehatan akan mendorong konsumen untuk menggunakan produk yang aman bagi lingkungan dan kesehatannya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abalaesei, M., & Sandu, R. M. (2015). Electronic Word of Mouth: Factors That Influence Purchase Intention. *Intercultural Communication and the Future of Education*, 36.
- [2] Abu Ahmadi. (2003). Psikologi Umum. Jakarta Rineka Cipta. *Jurnal Cendekia : Jurnal Pendidikan Matematika*.
- [3] Ahmad, A., & Thyagaraj, K. S. (2015). Consumer's Intention to Purchase Green Brands: the Roles of Environmental Concern, Environmental Knowledge and Self Expressive Benefits. *Current World Environment*, 10(3). <https://doi.org/10.12944/cwe.10.3.18>
- [4] Azizan, S. A. M., & Suki, N. M. (2013). Consumers' intention to purchase green product: Insights from Malaysia. *World Applied Sciences Journal*, 22(8). <https://doi.org/10.5829/idosi.wasj.2013.22.08.616>
- [5] Barber, N., Taylor, C., & Strick, S. (2009). Wine consumers' environmental knowledge and attitudes: Influence on willingness to purchase. In *International Journal of Wine Research* (Vol. 1, Issue 1). <https://doi.org/10.2147/IJWR.S4649>
- [6] Berry, R. J. (2018). Environmental Attitudes through Time. In *Environmental Attitudes through Time*. <https://doi.org/10.1017/9781107449879>
- [7] Chen, Y. S., Chang, T. W., Li, H. X., & Chen, Y. R. (2020). The influence of green brand affect on green purchase intentions: The mediation effects of green brand associations and green brand attitude. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(11). <https://doi.org/10.3390/ijerph17114089>
- [8] Heberlein, T. A. (2013). Navigating Environmental Attitudes. In *Navigating Environmental Attitudes*. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199773329.001.0001>
- [9] Kim, D. W., Thawng, C. N., Lee, K., & Cha, C. J. (2018). Revisiting polymorphic diversity of aminoglycoside N-acetyltransferase AAC(6')-Ib based on bacterial genomes of human, animal, and environmental origins. *Frontiers in Microbiology*, 9(AUG). <https://doi.org/10.3389/fmicb.2018.01831>
- [10] Kongkajaroen, P., Panichpathom, S., & Ngarmyarn, A. (2014). The attitude of intention to purchase green condominium by Generation Y consumers. *European Real Estate Society (ERES) Conference*.
- [11] Kumar, S., & Sreen, N. (2019). *Role of Internal and External Values on Green Purchase*. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-9558-8.ch007>
- [12] Miswan, M., & Rasyid, R. (2020). Pengaruh Tingkat Pengetahuan Dan Sikap Terhadap Perilaku Penanganan Sanitasi Lingkungan Masyarakat Di Kota Palu. *UNM Environmental Journals*, 3(2). <https://doi.org/10.26858/uej.v3i2.15032>
- [13] Naidoo, V., & Verma, R. (2019). *The Green Consumer Behavior*. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-9558-8.ch002>
- [14] Sharma, N. K., & Kushwaha, G. S. (2018). *Factors Affecting Towards Green Purchase Behavior Among Young Consumers in India*. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-5017-4.ch009>
- [15] Sugiyono. (2016). Metode Penelitian dan Pengembangan (Research and Development/R&D). Bandung: Alfabeta.
- [16] Sugiyono. (2019). METODE PENELITIAN PENDIDIKAN. In *Bandung:Alfabeta*.

- [17] Wahyuningtias, L., & Artanti, Y. (2020). PENGARUH GREEN BRAND POSITIONING DAN GREEN BRAND KNOWLEDGE TERHADAP GREEN PURCHASE INTENTION MELALUI SIKAP PADA GREEN BRAND SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2). <https://doi.org/10.24912/jmieb.v4i2.8205>
- [18] Wiranto, A., & Adialita, T. (2020). PENGARUH GREEN PRODUCT KNOWLEDGE, GREEN TRUST DAN PERCEIVED PRICE TERHADAP GREEN PURCHASE INTENTION KONSUMEN AMDK MEREK AQUA DENGAN BOTOL 100% RECYCLED. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 16(2). <https://doi.org/10.26593/jab.v16i2.4261.174-184>
- [19] Yona, R., & Thamrin, T. (2020). Pengaruh Health Consciousness, Environmental Attitudes dan Environmental Knowledge terhadap Green Purchase Intention. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 2(2). <https://doi.org/10.24036/jkmw0284950>
- [20] Ziguras, C. (2003). Self-Care: Embodiment, Personal Autonomy and the Shaping of Health Consciousness. In *Self-Care: Embodiment, Personal Autonomy and the Shaping of Health Consciousness*. <https://doi.org/10.4324/9780203633977>