

**PERAN SIKAP PRO LINGKUNGAN DALAM MEMEDIASI PENGARUH
PENGETAHUAN PRO LINGKUNGAN, NILAI SOSIAL DAN IDENTITAS
DIRI PRO LINGKUNGAN PADA PERILAKU KONSUMSI
BERKELANJUTAN**

**Rizky Cahya Rinaldi, Dr. Rini Kuswati, S.E., M.Si
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Absrak

Penelitian ini mengkaji *Theory of Planned Behavior*, secara khusus penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh sikap pro lingkungan dalam memediasi pengaruh pengetahuan pro lingkungan, nilai sosial dan identitas diri pro lingkungan pada perilaku konsumsi berkelanjutan. Responden penelitian ini sebanyak 140 orang. Teknik pengambilan sampel penelitian menggunakan metode *non probability sampling* dengan metode purposive sampling. Analisis uji validitas dan reliabilitas menggunakan SmartPLS pada outer model. Pengujian Hipotesis menggunakan output inner model. Hasil analisis data menunjukkan Pengetahuan pro lingkungan berpengaruh signifikan terhadap Sikap pro lingkungan. Pengetahuan pro lingkungan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku konsumsi berkelanjutan. Nilai sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi berkelanjutan. Identitas diri pro lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap pro lingkungan. Identitas diri pro lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi berkelanjutan. Pengetahuan pro lingkungan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku konsumsi berkelanjutan. Nilai sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi berkelanjutan. Identitas diri pro lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku konsumsi berkelanjutan.

Kata kunci: pengetahuan pro lingkungan, sikap pro lingkungan, perilaku konsumsi berkelanjutan, nilai sosial, identitas diri pro lingkungan

Abstract

This study examines the Theory of Planned Behavior, specifically this study aims to analyze the influence of pro-environmental attitudes in mediating the influence of pro-environmental knowledge, social values and pro-environmental self-identity on sustainable consumption behavior. The respondents of this study were 140 people. The research sampling technique uses a non-probability sampling method with a purposive sampling method. Analysis of validity and reliability tests using SmartPLS on the outer model. Hypothesis testing uses the inner output of the model. The results of data analysis show that pro-environmental knowledge has a significant effect on pro-environmental attitudes. Pro-environmental knowledge has a significant effect on sustainable consumption behavior. Social values have a significant effect on sustainable consumption behavior. Pro-environmental self-identity does not have a significant effect on pro-environmental attitudes. Pro-environmental self-identity has no significant effect on sustainable consumption

behavior. Pro-environmental knowledge has a significant effect on sustainable consumption behavior. Social values have a significant effect on sustainable consumption behavior. Pro-environmental self-identity has no significant effect on sustainable consumption behavior. Keywords: Pro Environmental Knowledge, Pro Environmental Attitude, Sustainable Consumption Behavior, Social Values, Pro Environmental Self-Identity

Keywords: Pro Environmental Knowledge, Pro Environmental Attitude, Sustainable Consumption Behavior, Social Values, Pro Environmental Self-Identity

1. PENDAHULUAN

Perilaku konsumsi yang ramah lingkungan telah menjadi topik penting di pasar konsumen dan penelitian selama beberapa dekade terakhir karena meningkatnya masalah lingkungan global seperti polusi, pemanasan global, perubahan iklim, dan degradasi lingkungan (Verma and Chandra, 2018). Masalah lingkungan ini dapat diatasi dengan mengubah perilaku manusia dengan cara yang lebih ramah lingkungan (Han, 2020). Dengan adanya sikap pro lingkungan, pengetahuan pro lingkungan, nilai sosial dan identitas diri pro lingkungan mengakibatkan perubahan perilaku konsumsi berkelanjutan. Kebiasaan konsumsi masyarakat harus segera diubah untuk mempertahankan gaya hidup yang lebih aman dan sehat bagi generasi sekarang dan mendatang.

Penelitian sebelumnya menegaskan bahwa sikap lingkungan yang menguntungkan secara signifikan mempengaruhi pembelian produk hijau yang mengarah pada perilaku konsumsi berkelanjutan (Verma and Chandra, 2018). Sikap peduli lingkungan merupakan kewajiban semua manusia, setiap manusia pasti mempunyai kepedulian terhadap lingkungan yang berbeda-beda, seharusnya setiap manusia berpartisipasi dalam berbagai upaya untuk menjamin kelestarian lingkungan kita. Oleh karena itu, kepedulian terhadap lingkungan merupakan sifat yang harus dimiliki setiap manusia.

Pengetahuan lingkungan mengacu pada informasi yang dimiliki setiap individu tentang keadaan lingkungan, perubahan iklim, pendapat tentang lingkungan, dan dampak ekologis dari konsumsi dan produksi. Jadi, jika orang tidak memiliki pengetahuan yang cukup tentang masalah lingkungan, mereka tidak dapat menilai risiko lingkungan (Keller *et al.*, 2012). Oleh karena itu, kita harus

menambah wawasan tentang lingkungan agar dapat menjaga kelestarian lingkungan kita dengan cara memakai atau menggunakan produk-produk yang ramah lingkungan.

Nilai sosial mengacu pada citra diri dan kegunaan barang atau jasa yang dirasakan, terutama untuk kelompok sosial-ekonomi, demografis stereotipik, dan budaya-etika (Mohd Suki and Mohd Suki, 2015). Dengan adanya pendapat seseorang, tekanan pengakuan sosial dan nilai-nilai sosial terkait lainnya sangat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk-produk yang ramah lingkungan. Nilai sosial kurang atau tidak berdampak pada proses keputusan pembelian ulang individu (Amin and Tarun, 2021). Terkadang keputusan konsumen memakai atau membeli produk yang tidak sesuai apa yang diharapkan konsumen, mereka hanya ingin mendapatkan pengakuan dan nilai-nilai sosial.

Identitas diri merupakan kesadaran dan disiplin diri dalam mengakui dan menerima keunikan individu, peran, komitmen, arah dan tujuan hidup sehingga individu dapat bertindak sendiri sesuai dengan kebutuhan dan harapannya sendiri. Sedangkan identitas diri pro lingkungan merupakan bagian dari identitas diri yang menunjukkan adanya tanggung jawab terhadap lingkungan. Identitas diri pro lingkungan juga mempresentasikan orientasi individu terhadap lingkungan serta peran peduli lingkungan. Pro lingkungan itu sendiri adalah konsep ramah lingkungan, secara simbiolis diwakili dan dibentuk oleh kekuatan sosial budaya sebagai dimensi utama. Dimensi sosial budaya menunjukkan bahwa identitas diri pro lingkungan merupakan situasi tanda yang memberi sinyal pada situasi tertentu, yang mengarah pada perilaku konsumsi yang ramah lingkungan (Dermody *et al.*, 2018)

Sejumlah temuan riset di atas menunjukkan riset tentang pengaruh perilaku konsumsi berkelanjutan menjadi isu yang menarik. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumsi berkelanjutan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Peran Sikap Pro Lingkungan dalam Memediasi Pengaruh Pengetahuan Pro Lingkungan, Nilai Sosial dan Identitas Diri Pro Lingkungan pada Perilaku Konsumsi Berkelanjutan”.

2. METODE

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif dengan metode penelitian kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Jawa Tengah. Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat Jawa Tengah yang menggunakan produk atau layanan ramah lingkungan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling*. Data yang diperoleh dari penelitian ini akan diuji menggunakan pendekatan *Structural Equation Model (SEM)* yang berbasis *Partial Least Square (PLS)* dengan bantuan *software SmartPLS* versi 3.0. PLS dapat digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel laten. Menurut Ghozali (2006) tujuan PLS adalah membantu peneliti untuk tujuan prediksi.

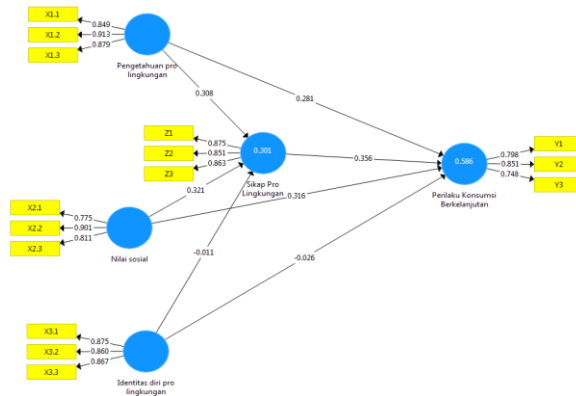
Tabel 1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Pengetahuan pro lingkungan	Pengetahuan lingkungan terhubung dengan lingkungan alam dan memotivasi konsumen untuk lebih bertanggung jawab dalam menjaga lingkungan (Cheng and Wu, 2015).	1. Pengetahuan proses daur ulang 2. Pengetahuan lingkungan 3. Cara efektif mengurangi polusi (Nekmahmud, Ramkissoon and Fekete-Farkas, 2022)
2	Nilai sosial	Nilai sosial mengacu pada citra diri dan kegunaan barang atau jasa yang dirasakan, terutama untuk kelompok sosial-ekonomi, demografis stereotipik, dan budaya-etika (Mohd Suki and Mohd Suki, 2015).	1. Kenyamanan 2. Terkesan 3. Penghormatan social (Nekmahmud, Ramkissoon and Fekete-Farkas, 2022)
3	Identitas diri pro lingkungan	Identitas diri pro lingkungan adalah isyarat situasional, dan, pada gilirannya isyarat ini mengarahkan perilaku ramah lingkungan konsumen (Dermody <i>et al.</i> , 2018).	(Kuswati <i>et al.</i> , 2021) 1. Konsumen organik 2. Kebersihan lingkungan 3. Gaya hidup ramah lingkungan
4	Sikap pro lingkungan	Sikap pro lingkungan didefinisikan sebagai "evaluasi kognitif, afektif	(Nekmahmud, Ramkissoon and Fekete-Farkas, 2022) 1. Membeli produk/layanan ramah lingkungan

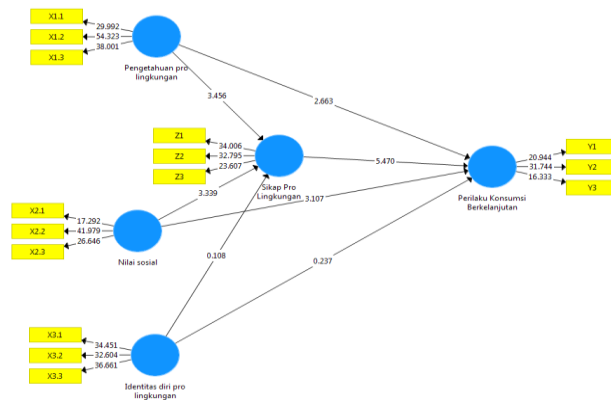
		dan konatif objek perlindungan lingkungan". (Nekmahmud, Ramkissoon and Fekete-Farkas, 2022).	<ol style="list-style-type: none"> 2. Melestarikan sumber daya alam 3. Penggunaan produk ramah lingkungan mengurangi pencemaran
5	Perilaku konsumsi berkelanjutan	Perilaku konsumsi berkelanjutan sering dikaitkan dengan perilaku konsumsi pro lingkungan, yang merupakan aspek perilaku individu yang membantu mengurangi dampak negatifnya terhadap lingkungan (Dhandra, 2019).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangi energi atau bahan bakar di rumah. 2. Pilih untuk menghemat atau menggunakan kembali air. 3. Hindari membeli produk tertentu. (Saari <i>et al.</i> , 2021)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Uji Instrumen Data



Gambar 1. Skema Outer Model



Gambar 2. Skema Inner Model

Tabel 2. Hasil *Outer loading*

Item	Identitas diri pro lingkungan	Nilai sosial	Pengetahuan pro lingkungan	Perilaku Konsumsi Berkelanjutan	Sikap Pro Lingkungan
X1.1			0,849		
X1.2			0,913		
X1.3			0,879		
X2.1		0,775			
X2.2		0,901			
X2.3		0,811			
X3.1	0,875				
X3.2	0,860				
X3.3	0,867				
Y1				0,798	
Y2				0,851	
Y3				0,748	
Z1					0,875
Z2					0,851
Z3					0,863

Berdasarkan sajian pada data tabel diatas, diketahui bahwa masing-masing variabel penelitian banyak yang memiliki *outer loading* sebesar $> 0,7$. Data diatas tidak ada indikator yang menunjukkan nilai *outer loading* $< 0,5$ sehingga indikator dinyatakan layak atau valid.

Tabel 3. Hasil *Average Variance Extracted (AVE)*

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Pengetahuan pro lingkungan	0,776
Nilai sosial	0,690
Identitas diri pro lingkungan	0,752
Sikap pro lingkungan	0,744
Perilaku konsumsi berkelanjutan	0,640

Berdasarkan data tabel diatas, didapatkan bahwa nilai dari AVE untuk semua variabel adalah di atas 0,5 yang berarti bahwa seluruh variabel memiliki nilai discriminant validity yang baik.

Tabel 4. Hasil *Composite Reliability*

Variabel	Composite Reliability
Pengetahuan pro lingkungan	0,912
Nilai sosial	0,869
Identitas diri pro lingkungan	0,901
Sikap pro lingkungan	0,897
Perilaku konsumsi berkelanjutan	0,842

Berdasarkan data di atas, didapatkan bahwa nilai dari Composite reliability untuk semua variabel adalah di atas 0,7 yang berarti bahwa seluruh variabel bersifat reliabel.

Tabel 5. Hasil *Cronbach's Alpha*

Variabel	Cronbach's Alpha
Pengetahuan pro lingkungan	0,855
Nilai sosial	0,773
Identitas diri pro lingkungan	0,836
Sikap pro lingkungan	0,828
Perilaku konsumsi berkelanjutan	0,717

Berdasarkan data di atas, didapatkan bahwa nilai dari cronbach's alpha untuk semua variabel adalah di atas 0,7 yang berarti bahwa seluruh variabel bersifat reliabel.

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Perilaku konsumsi berkelanjutan	Sikap pro lingkungan
Pengetahuan pro lingkungan	1,838	1,702
Nilai sosial	1,975	1,828
Identitas diri pro lingkungan	1,922	1,922
Sikap pro lingkungan	1,431	

Berdasarkan data di atas terlihat bahwa nilai VIF dari tiap variabel adalah kurang dari 3 sehingga dapat dikatakan bahwa model terbebas dari gejala multikolinearitas.

3.2 Analisa Inner Model

Tabel 7. Hasil R Square

Variabel	R Square	R Square Adjusted
Sikap pro lingkungan	0,301	0,286
Perilaku konsumsi berkelanjutan	0,586	0,574

Berdasarkan hasil di atas, pengaruh terhadap variabel Sikap pro lingkungan adalah sebesar 0,301 atau 30,1%. Sedangkan pengaruh terhadap variabel Perilaku konsumsi berkelanjutan sebesar 0,586 atau 58,60%.

Tabel 8. Hasil *F-Square* (F^2)

Variabel	Perilaku Konsumsi Berkelanjutan	Sikap Pro Lingkungan
Pengetahuan pro lingkungan	0,104	0,080
Nilai sosial	0,122	0,080
Identitas diri pro lingkungan	0,001	0,000
Sikap Pro Lingkungan	0,213	

Berdasarkan hasil di atas menunjukkan bahwa kapabilitas prediksi nilai Pengetahuan pro lingkungan terhadap Perilaku konsumsi berkelanjutan sebesar 0,104 tergolong sedang. Pengetahuan pro lingkungan terhadap Sikap pro lingkungan sebesar 0,080 tergolong sedang dan Nilai sosial terhadap Perilaku konsumsi berkelanjutan sebesar 0,122 tergolong kecil dan Nilai sosial terhadap Sikap pro lingkungan sebesar 0,080 tergolong sedang. Identitas diri pro lingkungan terhadap Perilaku konsumsi berkelanjutan sebesar 0,001 dan Sikap pro lingkungan sebesar 0,000 tergolong kecil dan Sikap pro lingkungan sebesar 0,213 tergolong sedang.

$$\begin{aligned}
 Q\text{-Square} &= 1 - [(1-R^2_1) \times (1-R^2_2)] && (1) \\
 &= 1 - [1 - 0,574) \times (1 - 0,286)] \\
 &= 1 - (0,426 \times 0,707) \\
 &= 0,699
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai Q-Square sebesar 0,699. Hal ini menunjukkan besarnya keragaman dari data penelitian yang dapat dijelaskan oleh model penelitian adalah sebesar 69,9% sedangkan 30,1% dijelaskan oleh faktor lain yang berada di luar model penelitian ini. Dari model penelitian ini dinyatakan telah dinyatakan memiliki *goodness of fit* yang baik

3.3 Uji Hipotesis

Tabel 9. Hasil Path Pengaruh Langsung

Pengaruh	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Pengetahuan pro lingkungan -> Sikap Pro Lingkungan	0,308	0,304	0,094	3,295	0,001
Pengetahuan pro lingkungan -> Perilaku Konsumsi Berkelanjutan	0,281	0,274	0,103	2,729	0,007
Nilai sosial -> Sikap Pro Lingkungan	0,321	0,306	0,092	3,501	0,001
Nilai sosial -> Perilaku Konsumsi Berkelanjutan	0,316	0,325	0,088	3,577	0,000
Identitas diri pro lingkungan -> Sikap Pro Lingkungan	-0,011	0,002	0,088	0,119	0,905
Identitas diri pro lingkungan -> Perilaku Konsumsi Berkelanjutan	-0,026	-0,033	0,103	0,248	0,805
Sikap Pro Lingkungan -> Perilaku Konsumsi Berkelanjutan	0,356	0,361	0,062	5,735	0,000

Tabel 10. Hasil Path Pengaruh Tidak Langsung

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Pengetahuan pro lingkungan -> Sikap Pro Lingkungan -> Perilaku Konsumsi Berkelanjutan	0,110	3,019	0,003
Nilai sosial -> Sikap Pro Lingkungan -> Perilaku Konsumsi Berkelanjutan	0,114	3,193	0,002
Identitas diri pro lingkungan -> Sikap Pro Lingkungan -> Perilaku Konsumsi Berkelanjutan	-0,004	0,115	0,909

3.4 Pembahasan

3.4.1 Pengaruh Pengetahuan pro lingkungan Terhadap Sikap pro lingkungan di Jawa Tengah

Hasil pengolahan data PLS versi 3.00 pada tabel di atas menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan pro lingkungan berpengaruh signifikan terhadap Sikap pro lingkungan, dibuktikan bahwa nilai sig sebesar 0,001, yang berarti $0,001 < 0,05$ yang berarti bahwa terdapat pengaruh signifikan variabel Pengetahuan pro lingkungan terhadap Sikap pro lingkungan. Dari hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan bahwa Pengetahuan pro lingkungan

Berpengaruh signifikan Terhadap Sikap pro lingkungan di Jawa Tengah” terbukti kebenarannya. Hasil Ini didukung oleh penelitian sebelumnya dilakukan (Verma and Chandra, 2018) dimana hasil penelitiannya adalah pengetahuan pro lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap pada lingkungan.

3.4.2 Pengaruh Pengetahuan pro lingkungan Terhadap Perilaku konsumsi berkelanjutan di Jawa Tengah

Berdasarkan hasil pengolahan data PLS versi 3.00 pada tabel di atas menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan pro lingkungan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku konsumsi berkelanjutan, dibuktikan bahwa nilai sig sebesar 0,007, yang berarti $0,007 < 0,05$ yang berarti bahwa terdapat pengaruh signifikan variabel Pengetahuan pro lingkungan terhadap Perilaku konsumsi berkelanjutan. Dari hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan bahwa Pengetahuan pro lingkungan Berpengaruh signifikan Terhadap Perilaku konsumsi berkelanjutan di Jawa Tengah” terbukti kebenarannya. Hasil Ini didukung oleh penelitian sebelumnya (Saari *et al.*, 2021) dimana hasil penelitiannya adalah pengetahuan pro lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi berkelanjutan.

3.4.3 Nilai sosial Berpengaruh signifikan Terhadap Sikap pro lingkungan di Jawa Tengah

Berdasarkan hasil pengolahan data PLS versi 3.00 pada tabel di atas menunjukkan bahwa variabel Nilai sosial berpengaruh signifikan terhadap Sikap pro lingkungan, dibuktikan bahwa nilai sig sebesar 0,000, yang berarti $0,001 < 0,05$ yang berarti bahwa terdapat pengaruh signifikan variabel Nilai sosial terhadap Sikap pro lingkungan. Dari hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa Nilai sosial Berpengaruh signifikan Terhadap Sikap pro lingkungan di Jawa Tengah” terbukti kebenarannya. Hasil Ini didukung oleh penelitian sebelumnya (Nekmahmud, Ramkissoo and Fekete-Farkas, 2022) dimana hasil penelitiannya adalah nilai sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap pro lingkungan.

3.4.4 Pengaruh Nilai sosial Terhadap Perilaku konsumsi berkelanjutan di Jawa Tengah

Berdasarkan hasil pengolahan data PLS versi 3.00 pada tabel di atas menunjukkan bahwa variabel Nilai sosial berpengaruh signifikan terhadap Perilaku konsumsi berkelanjutan, dibuktikan bahwa nilai sig sebesar 0,000, yang berarti $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa terdapat pengaruh signifikan variabel Nilai sosial terhadap Perilaku konsumsi berkelanjutan. Dari hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis keempat yang menyatakan bahwa Nilai sosial Berpengaruh signifikan Terhadap Perilaku konsumsi berkelanjutan di Jawa Tengah” terbukti kebenarannya. Hasil Ini didukung oleh penelitian sebelumnya dari (Dermody *et al.*, 2018). dimana hasil penelitiannya adalah nilai sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi berkelanjutan.

3.4.5 Pengaruh Identitas diri pro lingkungan Terhadap Sikap pro lingkungan di Jawa Tengah

Berdasarkan hasil pengolahan data PLS versi 3.00 pada tabel di atas menunjukkan bahwa variabel Identitas diri pro lingkungan berpengaruh tidak signifikan terhadap Sikap pro lingkungan, dibuktikan bahwa nilai sig sebesar 0,905, yang berarti $0,905 > 0,05$ yang berarti bahwa terdapat pengaruh tidak signifikan variabel Identitas diri pro lingkungan terhadap Sikap pro lingkungan. Dari hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis keenam yang menyatakan bahwa “Identitas diri pro lingkungan berpengaruh tidak signifikan Terhadap Sikap pro lingkungan di Jawa Tengah” tidak terbukti kebenarannya. Hasil ini tidak didukung oleh penelitian sebelumnya Farhanah & Kusumastuti, (2020) dimana hasil penelitiannya adalah identitas diri pro lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi berkelanjutan.

3.4.6 Pengaruh Identitas diri pro lingkungan Terhadap Perilaku konsumsi berkelanjutan di Jawa Tengah

Berdasarkan hasil pengolahan data PLS versi 3.00 pada tabel di atas menunjukkan bahwa variabel Identitas diri pro lingkungan berpengaruh tidak signifikan terhadap Perilaku konsumsi berkelanjutan, dibuktikan bahwa nilai sig sebesar 0,805, yang berarti $0,805 > 0,05$ yang berarti bahwa terdapat pengaruh tidak

signifikan variabel Identitas diri pro lingkungan terhadap Perilaku konsumsi berkelanjutan. Dari hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis kelima yang menyatakan bahwa “Identitas diri pro lingkungan berpengaruh tidak signifikan Terhadap Perilaku konsumsi berkelanjutan di Jawa Tengah” tidak terbukti kebenarannya. Hasil ini tidak didukung oleh penelitian sebelumnya (Saari *et al.*, 2021) dimana hasil penelitiannya adalah identitas diri pro lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap pro lingkungan.

3.4.7 Sikap pro lingkungan Berpengaruh signifikan Terhadap Perilaku konsumsi berkelanjutan di Jawa Tengah

Berdasarkan hasil pengolahan data PLS versi 3.00 pada tabel di atas menunjukkan bahwa variabel Sikap pro lingkungan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku konsumsi berkelanjutan, dibuktikan bahwa nilai sig sebesar 0,003, yang berarti $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa terdapat pengaruh signifikan variabel Sikap pro lingkungan terhadap Perilaku konsumsi berkelanjutan. Dari hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis ketujuh yang menyatakan bahwa Sikap pro lingkungan Berpengaruh signifikan Terhadap Perilaku konsumsi berkelanjutan di Jawa Tengah” terbukti kebenarannya. Hasil Ini didukung oleh penelitian sebelumnya (Wayan *et al.*, 2017) dimana hasil penelitiannya adalah sikap pro lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi berkelanjutan.

3.4.8 Pengetahuan pro lingkungan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku konsumsi berkelanjutan dengan Sikap pro lingkungan sebagai variabel mediasi

Berdasarkan data di atas, didapatkan bahwa tingkat nilai signifikansi pada pengaruh Pengetahuan pro lingkungan terhadap Perilaku konsumsi berkelanjutan dengan dimediasi oleh Sikap pro lingkungan adalah 0,002 atau $0,003 < 0,05$, sehingga dapat dikatakan bahwa Pengetahuan pro lingkungan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku konsumsi berkelanjutan dengan Sikap pro lingkungan sebagai variabel mediasi. Dari hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis kedelapan yang menyatakan bahwa “Pengetahuan pro lingkungan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku konsumsi berkelanjutan dengan Sikap pro lingkungan sebagai variabel mediasi” tidak terbukti kebenarannya. Hasil Ini

didukung oleh penelitian sebelumnya Nekmahmud, Ramkissoo and Fekete-Farkas (2022) dimana hasil penelitiannya adalah sikap pro lingkungan dapat memediasi pengaruh pengetahuan pro lingkungan terhadap perilaku konsumsi berkelanjutan.

3.4.9 Identitas diri pro lingkungan berpengaruh terhadap Perilaku konsumsi berkelanjutan dengan Sikap pro lingkungan sebagai variabel mediasi

Berdasarkan data di atas, didapatkan bahwa tingkat nilai signifikansi pada Nilai sosial terhadap Perilaku konsumsi berkelanjutan dengan dimediasi oleh Sikap pro lingkungan adalah 0,909 atau $0,909 > 0,05$, sehingga dapat dikatakan bahwa Nilai sosial berpengaruh signifikan terhadap Perilaku konsumsi berkelanjutan dengan Sikap pro lingkungan sebagai variabel mediasi. Dari hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis kesembilan yang menyatakan bahwa “Nilai sosial berpengaruh signifikan terhadap Perilaku konsumsi berkelanjutan dengan Sikap pro lingkungan sebagai variabel mediasi” terbukti kebenarannya. Hasil Ini didukung oleh penelitian sebelumnya (Dermody et al., 2015) dimana hasil penelitiannya adalah sikap pro lingkungan dapat memediasi pengaruh nilai sosial terhadap perilaku konsumsi berkelanjutan.

4. PENUTUP

Dilihat dari hasil analisis yang sudah dilakukan maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Pengetahuan pro lingkungan berpengaruh signifikan terhadap Sikap pro lingkungan di Jawa Tengah sehingga hipotesis pertama terdukung.
- b. Pengetahuan pro lingkungan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku konsumsi berkelanjutan di Jawa Tengah sehingga hipotesis kedua terdukung.
- c. Nilai sosial berpengaruh signifikan terhadap sikap pro lingkungan di Jawa Tengah sehingga hipotesis ketiga terdukung.
- d. Nilai sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi berkelanjutan di Jawa Tengah sehingga hipotesis keempat terdukung.
- e. Identitas diri pro lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap Sikap pro lingkungan di Jawa Tengah sehingga hipotesis kelima tidak terdukung.

- f. Identitas diri pro lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku konsumsi berkelanjutan di Jawa Tengah sehingga hipotesis keenam tidak terdukung.
- g. Pengetahuan pro lingkungan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku konsumsi berkelanjutan di Jawa Tengah dimediasi oleh Sikap pro lingkungan sehingga hipotesis ketujuh terdukung.
- h. Nilai sosial berpengaruh signifikan terhadap Perilaku konsumsi berkelanjutan di Jawa Tengah dimediasi oleh Sikap pro lingkungan sehingga hipotesis kedelapan terdukung.
- i. Identitas diri pro lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku konsumsi berkelanjutan di Jawa Tengah dimediasi oleh Sikap pro lingkungan sehingga hipotesis sembilan tidak terdukung.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, S. and Tarun, M.T. (2021) ‘Effect of consumption values on customers’ green purchase intention: a mediating role of green trust’, *Social Responsibility Journal*, 17(8), pp. 1320–1336. Available at: <https://doi.org/10.1108/SRJ-05-2020-0191>.
- Biswas, A. and Roy, M. (2015) ‘Green products: An exploratory study on the consumer behaviour in emerging economies of the East’, *Journal of Cleaner Production*, 87(1), pp. 463–468. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.09.075>.
- Blankenberg, A.-K. and Alhusen, H. (2019) ‘On the Determinants of Pro-Environmental Behavior: A Literature Review and Guide for the Empirical Economist’, *SSRN Electronic Journal* [Preprint], (350). Available at: <https://doi.org/10.2139/ssrn.3473702>.
- Cheng, T.M. and Wu, H.C. (2015) ‘How do environmental knowledge, environmental sensitivity, and place attachment affect environmentally responsible behavior? An integrated approach for sustainable island tourism’, *Journal of Sustainable Tourism*, 23(4), pp. 557–576. Available at: <https://doi.org/10.1080/09669582.2014.965177>.
- Dermody, J. *et al.* (2015) ‘Advancing sustainable consumption in the UK and China: the mediating effect of pro-environmental self-identity’, *Journal of Marketing Management*, 31(13–14), pp. 1472–1502. Available at: <https://doi.org/10.1080/0267257X.2015.1061039>.

- Dermody, J. *et al.* (2018) 'Appraising the influence of pro-environmental self-identity on sustainable consumption buying and curtailment in emerging markets: Evidence from China and Poland', *Journal of Business Research*, 86(October 2016), pp. 333–343. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.09.041>.
- Dhandra, T.K. (2019) 'Achieving triple dividend through mindfulness: More sustainable consumption, less unsustainable consumption and more life satisfaction', *Ecological Economics*, 161(February), pp. 83–90. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2019.03.021>.
- Duarte-davidson, R. *et al.* (2020) 'Associations between pro-environmental behaviour and neighbourhood nature, nature visit frequency and nature appreciation: Evidence from a nationally representative survey in England ... Associations between pro-environmental behaviour and neighbourhood nature', *Environment International*, 136(January), p. 105441. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.envint.2019.105441>.
- Ekawati, T. (2020) 'Kajian faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli produk organik', *Journal of Business and Information Systems*, 2(1), pp. 32–45. Available at: <https://doi.org/10.36067/jbis.v2i1.35>.
- Farhanah, A. and Kusumastuti, A.E. (2020) 'Kesadaran Produk Ramah Lingkungan Sebagai Mediasi: Kepedulian Lingkungan Dan Efektivitas Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian', *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 2(1), pp. 65–80. Available at: <https://doi.org/10.35829/econbank.v2i1.80>.
- Fuady, I., Prasanti, D. and Indriani, S.S. (2020) 'Penerapan Teori Plan Behavior: Faktor yang Mempengaruhi Niat Perilaku Hidup Bersih dan Sehat', *Jurnal Berkala Kesehatan*, 6(1), pp. 24–30. Available at: <https://doi.org/10.20527/jbk.v6i1.8638>.
- Han, H. (2020) 'Theory of green purchase behavior (TGPB): A new theory for sustainable consumption of green hotel and green restaurant products', *Business Strategy and the Environment*, 29(6), pp. 2815–2828. Available at: <https://doi.org/10.1002/bse.2545>.
- Hasan, M.M. *et al.* (2019) 'Green business value chain: a systematic review', *Sustainable Production and Consumption*, 20, pp. 326–339. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.spc.2019.08.003>.
- Keller, C. *et al.* (2012) 'Bringing appraisal theory to environmental risk perception: A review of conceptual approaches of the past 40 years and suggestions for future research', *Journal of Risk Research*, 15(3), pp. 237–256. Available at: <https://doi.org/10.1080/13669877.2011.634523>.

- Kuswati, R. *et al.* (2021) 'Pro-Environmental Self-Identity: Scale Purification in the Context of Sustainable Consumption Behavior', *Eurasian Studies in Business and Economics*, 17(January), pp. 173–185. Available at: https://doi.org/10.1007/978-3-030-65147-3_12.
- Mohd Suki, N. and Mohd Suki, N. (2015) 'Consumption values and consumer environmental concern regarding green products', *International Journal of Sustainable Development and World Ecology*, 22(3), pp. 269–278. Available at: <https://doi.org/10.1080/13504509.2015.1013074>.
- Mulati, I.R. and Kuswati, R. (2022) 'Pengaruh Sikap Lingkungan Terhadap Perilaku Pro Lingkungan Yang Dimediasi Oleh Kepedulian Lingkungan Dan Kemauan Membayar Lebih', *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 18(3), pp. 157–167.
- Nekmahmud, M., Ramkissoon, H. and Fekete-Farkas, M. (2022) 'Green purchase and sustainable consumption: A comparative study between European and non-European tourists', *Tourism Management Perspectives*, 43(June), p. 100980. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2022.100980>.
- Pebrina, E.T. *et al.* (2021) 'Adopsi E-Commerce oleh Umkm di Banten: Analisis Pengaruh Theory Of Planned Behavior', *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(6), pp. 4426–4438. Available at: <https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i6.1484>.
- Pratiwi, D.D. (2020) 'Factors Affecting Green Purchase Behavior of Cosmetic Products Among Millennial Consumers in Indonesia', *Relevance: Journal of Management and Business*, 3(2), pp. 126–135. Available at: <https://doi.org/10.22515/relevance.v3i2.2946>.
- Ramkissoon, H. (2020) 'COVID-19 Place Confinement, Pro-Social, Pro-environmental Behaviors, and Residents' Wellbeing: A New Conceptual Framework', *Frontiers in Psychology*, 11(September), pp. 1–11. Available at: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.02248>.
- Saari, U.A. *et al.* (2021) 'Sustainable consumption behavior of Europeans: The influence of environmental knowledge and risk perception on environmental concern and behavioral intention', *Ecological Economics*, 189(July). Available at: <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2021.107155>.
- Solimun, Achmad, A. dan N. (2017) *Metode Statistika Multivariat Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) Pendekatan WarpPLS*. Malang: UB Press.
- Suki, N.M. and Suki, N.M. (2015) 'Consumers' environmental behaviour towards staying at a green hotel: Moderation of green hotel knowledge', *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 26(1), pp. 103–117. Available at: <https://doi.org/10.1108/MEQ-02-2014-0023>.

- Sumarwan, U. (2015) *Perilaku Konsumen Teori Penerapannya Dalam Pemasaran Edisi Kedua*. ketiga. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Verma, V.K. and Chandra, B. (2018) ‘An application of theory of planned behavior to predict young Indian consumers’ green hotel visit intention’, *Journal of Cleaner Production*, 172, pp. 1152–1162. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.10.047>.
- Wayan, N. *et al.* (2017) ‘Peran Sikap Dalam Memediasi Pengaruh Pengetahuan Dan Kepedulian Lingkungan Terhadap Niat Beli Produk Hijau’, 6(10), pp. 5524–5551.
- Zhang, K. (2018) ‘Theory of Planned Behavior: Origins, Development and Future Direction’, *International Journal of Humanities and Social Science Invention*, 7(5), pp. 76–83.
- Zhang, L. *et al.* (2019) ‘Extending the theory of planned behavior to explain the effects of cognitive factors across different kinds of green products’, *Sustainability (Switzerland)*, 11(15), pp. 1–17. Available at: <https://doi.org/10.3390/su11154222>.