

PENGARUH PENGETAHUAN LINGKUNGAN (ENVIRONMENTAL KNOWLEDGE) DAN KEPEDULIAN LINGKUNGAN (ENVIRONMENTAL CONCERN) TERHADAP NIAT BELI HIJAU (GREEN PURCHASE INTENTION) PADA MAHASISWA PTN DI KOTA MEDAN

Adeline Fedorova Rahman simalango¹, Ali Fikri Hasibuan²
adelinsimalango@gmail.com¹, hasibuanalifikri@gmail.com²
Universitas Negeri Medan

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara Pengetahuan Lingkungan Dan Kepedulian Lingkungan Terhadap Niat Beli Hijau Pada Mahasiswa Ptn Di Kota Medan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi pada penelitian ini Mahasiswa Ptn Di Kota Medan yang telah diketahui jumlahnya. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan Purposive Sampling dan diperoleh sebanyak 105 sampel. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji T dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengetahuan Lingkungan Dan Kepedulian Lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli Hijau. Selain itu, Pengetahuan Lingkungan dan Kepedulian Lingkungan berpengaruh secara simultan terhadap Niat Beli Hijau. Koefisien Determinasi yang disesuaikan (Adjusted R²) sebesar 0,110 yang berarti variabel pengetahuan Lingkungan dan Kepedulian Lingkungan memberikan kontribusi sebesar 11 % terhadap Kepuasan Konsumen dan sisanya sebesar 89% ditentukan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat variabel lain yang dapat menjelaskan Niat Beli Hijau .

Kata Kunci: Pengetahuan Lingkungan, Kepedulian Lingkungan, Niat Beli Hijau

ABSTRACT

The objective of this research was to investigate the potential relationship between Environmental Knowledge and Environmental Concern on the intentions of State University students in Medan City to make green consumer purchases. The present study employs a quantitative methodology specifically using an associative research design. The research population consisted of State University Students in Medan City, the exact number of whom was known.

This work used Purposive Sampling as the sampling strategy and collected a total of 105 samples. The used analytical approach included multiple linear regression analysis, as well as T test and F test. The findings indicated that there was a strong and statistically significant relationship between Environmental Knowledge, Environmental Concern, and Green Purchase Intentions. Moreover, both Environmental Knowledge and Environmental Concern have a concurrent influence on Green Purchase Intentions. The Adjusted R² value of 0.110 indicates that the variables Environmental Knowledge and Environmental

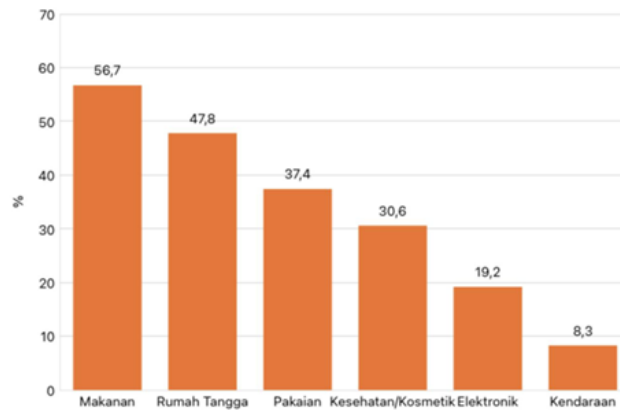
Keyword: Environmental Knowledge, Environmental Concern, Intention to Make Green Purchases

PENDAHULUAN

Meskipun perkembangan ekonomi dan teknologi yang pesat tidak diragukan lagi telah meningkatkan standar hidup, namun hal itu juga menimbulkan bahaya lingkungan termasuk polusi dan meningkatnya suhu global. Sebagai akibat dari bahaya ini, masyarakat, bisnis, dan pemerintah semakin sadar akan perlunya mengurangi pengaruh mereka terhadap lingkungan. Sebagai reaksi terhadap penggunaan plastik yang berlebihan, yang dapat membahayakan lingkungan, pemerintah Indonesia telah menerapkan kebijakan

menaikkan pajak kantong plastik. Ini adalah contoh upaya mereka untuk mengurangi polusi plastik. Lebih jauh, beberapa kelompok sosial telah mulai memprioritaskan masalah lingkungan, mendorong bisnis untuk menggunakan barang-barang yang ramah lingkungan.

Gambar 1 6 Produk Ramah Lingkungan yang Paling Banyak Dibeli Masyarakat Indonesia Tahun 2021



Jajak pendapat Katadata Insight Center (KIC) mengungkapkan bahwa 56,7% responden telah membeli makanan ramah lingkungan selama tahun lalu, yang menunjukkan meningkatnya permintaan barang-barang tersebut di kalangan konsumen. Barang-barang ramah lingkungan yang biasanya dibeli orang tidak hanya mencakup makanan tetapi juga pakaian, kosmetik, teknologi, dan perlengkapan rumah tangga. Sikap konsumen terhadap barang-barang ramah lingkungan sebagian besar dipengaruhi oleh tingkat kesadaran lingkungan mereka, yang pada gilirannya memengaruhi niat pembelian mereka.

Menurut Teori Perilaku Terencana, penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa tingkat kesadaran dan kepedulian lingkungan konsumen secara signifikan memengaruhi niat mereka untuk membeli barang-barang ramah lingkungan. Mungkin ada kurangnya pemahaman pelanggan atau keengganan untuk mengubah perilaku konsumen jika tidak semua penelitian menunjukkan hubungan yang menguntungkan antara kepedulian lingkungan dan niat pembelian. Hasil ini menyoroti perlunya studi lebih lanjut tentang hubungan antara literasi lingkungan dan keinginan untuk membeli barang-barang ramah lingkungan, khususnya di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Medan.

TINJUAN PUSTAKA

Niat Beli Hijau

Menurut Karatu dan Mat (2015) niat pembelian produk hijau adalah tindakan ramah lingkungan yang secara spesifik dilakukan oleh konsumen yang menunjukkan bahwa mereka memiliki kepedulian terhadap lingkungan. Menurut Rasyid. N & Shahrudin. M(2017) niat pembelian hijau adalah sebagai probabilitas dan kemauan seseorang untuk memberikan preferensi terhadap produk hijau dari produk konvensional dalam pertimbangan pembelian mereka. Terdapat 3 indikator dari niat pembelian produk ramah lingkungan yaitu:

a. Kepercayaan terhadap produk

Niat pembelian produk hijau atau ramah lingkungan timbul karena adanya dasar kepercayaan terhadap produk yang diiringi dengan kemampuan untuk membeli produk.

b. Keputusan konsumen

Dapat dikatakan sebagai suatu pengukuran dari kemungkinan konsumen dalam membeli suatu produk, dimana konsumen akan menggunakan atau tidak produk yang dirasa bermanfaat bagi dirinya.

c. Kesiediaan untuk membayar lebih

Kesiediaan konsumen untuk membayar lebih dalam pembelian produk ramah lingkungan yang dianggap mempunyai manfaat yang lebih baik dibandingkan produk konvensional lainnya.

Pengetahuan Lingkungan

Anggraeni dkk. (2021) mendefinisikan Pengetahuan Lingkungan sebagai pemahaman umum tentang fakta, konsep, dan hubungan yang berkaitan dengan lingkungan alam dan ekosistem. Emekci (2019) mendefinisikan pengetahuan lingkungan sebagai kesadaran individu terhadap persoalan dan persoalan lingkungan hidup. pengetahuan lingkungan dapat diukur dengan indikator berikut (Chen 2013)

1. Pengetahuan Faktual, merupakan pengetahuan yang disimpan dalam memori seseorang. Hal ini mengacu pada apa yang seorang individu benar-benar tahu tentang jenis produk/masalah/objek.
2. Pengetahuan Subjektif, merupakan persepsi atau penilaian individu tentang apa yang mereka tahu dan berapa banyak mereka tahu tentang produk/masalah/objek.
3. Pengetahuan Abstrak, merupakan pengetahuan yang terkait dengan isu-isu lingkungan, masalah, penyebab dan solusi.

Kepedulian Lingkungan

Menurut Ismail. M (2021) Peduli lingkungan merupakan sikap dan tindakan untuk mencegah kerusakan pada lingkungan alam disekitarnya serta berupaya untuk memperbaiki kerusakan-kerusakan yang sudah ada. Menurut Angelovska et al (2012:416) kepedulian terhadap lingkungan dapat dianggap sebagai suatu tingkat komitmen dan emosional dari konsumen terhadap berbagai isu pada lingkungan sekitar. Adapun indikator yang mempengaruhi dalam kepedulian lingkungan antara lain :

1. Kepedulian Egoistik

Kepedulian egoistik muncul karena kesadaran individu akan potensi dampak dari masalah lingkungan pada dirinya, misalnya kesehatannya.

2. Kepedulian Altruistik

Kepedulian Altruistik muncul karena kesadaran individu akan potensi dampak buruk masalah lingkungan yang dapat dialami oleh orang lain, misalnya warga di kampungnya.

3. Kepedulian Biosferik

Kepedulian Biosferik muncul didasarkan pada kepedulian seseorang terhadap kesejahteraan makhluk hidup lain selain manusia. Alasan kepedulian biosferic ini adalah kesadaran akan potensi dampak buruk yang dapat diterima oleh makhluk hidup, misalnya punahnya suatu spesies karena masalah lingkungan.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Pengetahuan Lingkungan (X1) dan Kepedulian Lingkungan (X2) terhadap Niat Beli Hijau (Y) Pada Mahasiswa Di PTN Kota Medan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

Tabel 1 Responden berdasarkan Universitas

Universitas	Jumlah Responden	Persentase
Universitas Negeri Medan	35	33,3%
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara	35	33,3%
Universitas Sumatera Utara	35	33,3%
Total	105	100%

Sumber : data primer diolah (2024)⁸

Berdasarkan tabel diatas, Dari 105 responden yang telah dikumpulkan, ditemukan jumlah responden yang sama dari setiap masing-masing dengan masing masing responden sebanyak 35 orang dari setiap Universitas asal dari mahasiswa yang mengisi angket yang di sebar oleh peneliti. Hasil dari jumlah respon yang merata ini diharapkan mampu menghindari bias.

Tabel 2 Responden berdasarkan Prodi

Prodi	Jumlah Responden	Persentase
Akutansi	15	14.2%
Bisnis Digital	5	4.7%
Ekonomi Pembangunan	18	17.1%
Ilmu Ekonomi	3	2.8%
Kewirausahaan	18	17.1%
Manajemen	6	5.7%
Pendidikan administrasi perkantoran	5	4.7%
Perbankan Syariah	35	33,3%
Total	105	100%

Sumber : data primer diolah (2024)

Berdasarkan tabel diatas Dari 105 responden yang telah didapatkan, prodi asal mahasiswa ptn dalam penelitian ini yaitu, 15 responden (14.2%) berasal dari prodi akutansi, 5 responden (4.7%) berasal dari prodi bisnis digital, 18 responden (17. 1%) berasal dari program studi ekonomi pembangunan ,3 responden (2.8%).

Tabel 3 Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Prodi	Jumlah Responden	Persentase
Akutansi	15	14.2%
Bisnis Digital	5	4.7%
Ekonomi Pembangunan	18	17.1%
Ilmu Ekonomi	3	2.8%
Kewirausahaan	18	17.1%
Manajemen	6	5.7%
Pendidikan administrasi perkantoran	5	4.7%
Perbankan Syariah	35	33,3%
Total	105	100%

Sumber : data primer diolah (2024)

Berdasarkan tabel diatas Dari 105 responden yang telah didapatkan, prodi asal mahasiswa ptn dalam penelitian ini yaitu, 15 responden (14.2%) berasal dari prodi akutansi, 5 responden (4.7%) berasal dari prodi bisnis digital, 18 responden (17. 1%) berasal dari program studi ekonomi pembangunan ,3 responden (2.8%).

Tabel 4 Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Pria	36	34.2%
Wanita	69	65.7%
Total	105	100%

Sumber : data primer diolah (2024)

Berdasarkan tabel diatas Dari 105 responden yang telah didapatkan, jenis kelamin responden pada penelitian ini yaitu, 36 responden (34.2%) berjenis kelamin pria dan 69 responden (65.7%) berjenis kelamin wanita. Maka mayoritas responden pada penelitian ini yaitu berjenis kelamin wanita, yaitu sebanyak 69 responden.

Tabel 5 Jumlah Responden berdasarkan Kategori Produk Ramah lingkungan yang pernah beli

Kategori Produk	Jumlah Responden	Persentase
Ramah Lingkungan		
produk rumah tangga	26	24.7%
Makanan	43	40.9%
kesehatan dan kosmetik	27	25.7%
Pakaian	6	5.7%
kendaraan	1	0.9%
Produk elektronik	2	1.9%
Total	105	100%

Sumber : data primer diolah (2024)

Berdasarkan tabel diatas Dari 105 responden yang telah didapatkan, kategori produk ramah lingkungan yang pernah dibeli responden pada penelitian ini yaitu, 26 responden (24.7%) mahasiswa ptn di kota medan pernah membeli produk rumah tangga yang ramah lingkungan, 43 responden (40.9%) mahasiswa ptn di kota medan pernah membeli makanan yang ramah lingkungan, 27 responden (25.7%) mahasiswa ptn di kota medan pernah membeli produk kesehatan dan kosmetik yang ramah lingkungan, 6 responden (5.7%) mahasiswa ptn di kota medan pernah membeli produk pakaian yang ramah lingkungan, 1 responden (0,9%) mahasiswa pernah membeli kendaraan ramah lingkungan, 2 reponden

Hasil Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Tabel 6 Hasil Uji Validitas X1

Nomor Butir	Rhitung	Rtabel	Validitas
1	0,789	0,361	Valid
2	0,904	0,361	Valid
3	0,841	0,361	Valid

Sumber : data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 5 diatas , pada variable pengetahuan lingkungan(X1), nilai rhitung > rtabel. Sehingga dari 3 pertanyaan tersebut, semuanya dinyatakan valid.

Tabel 7 Hasil Uji validitas X2

Nomor Butir	Rhitung	Rtabel	Validitas
1	0,925	0,361	Valid
2	0,893	0,361	Valid
3	0,913	0,361	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas , pada variable Kepedulian Lingkungan (X2), nilai rhitung > rtabel. Sehingga dari 3 pertanyaan tersebut, semuanya dinyatakan valid.

Tabel 8 Pengujian Validitas untuk Variabel Niat Beli Hijau (Y)

Nomor Butir	Rhitung	Rtabel	Validitas
1	0,867	0,361	Valid
2	0,879	0,361	Valid
3	0,896	0,361	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas , pada variable Niat Beli Hijau (Y), nilai rhitung > rtabel. Sehingga dari 3 pertanyaan tersebut, semuanya dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 9 Hasil Uji Reliabilitas

Variable	Cronch Alpha	Standar Reabilitas	Keterangan
Pengetahuan Lingkungan	0,801	0,70	Reliable
Kepedulian Lingkungan	0,893	0,70	Reliable
Niat Beli Hijau	0,827	0,70	Reliable

Sumber : Sumber data diolah, 2024

Tabel diatas menunjukkan bahwa ketiga variabel— Pengetahuan Lingkungan (X1), Kepedulian Lingkungan (X2), dan Niat Pembelian Ramah Lingkungan (Y)— berkinerja sesuai harapan dalam uji reliabilitas. Pengetahuan Lingkungan (X1) dan Niat Pembelian Ramah Lingkungan (Y) keduanya memiliki nilai alfa lebih dari 0,80 D, yang menunjukkan ketergantungan tinggi secara menyeluruh. Kepedulian Lingkungan memiliki nilai alfa lebih besar dari 0,90, yang berarti sepenuhnya reliabel.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

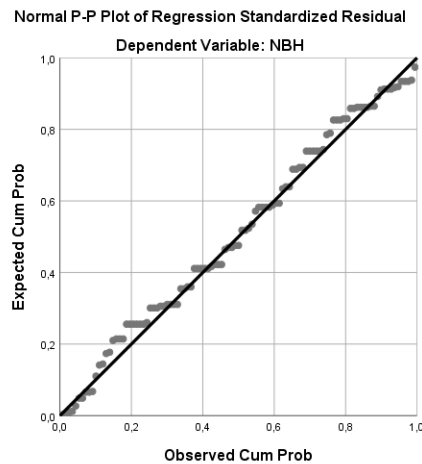
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		105
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,28929460
Most Extreme Differences	Absolute	,073
	Positive	,051
	Negative	-,073
Test Statistic		,073
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Data primer diolah, 2024

Nilai Asymp. sig (2-tailed) adalah 0,200, seperti yang ditunjukkan pada tabel 4.9. Karena $0,200 > 0,05$, kita dapat menyimpulkan bahwa nilai Asymp.

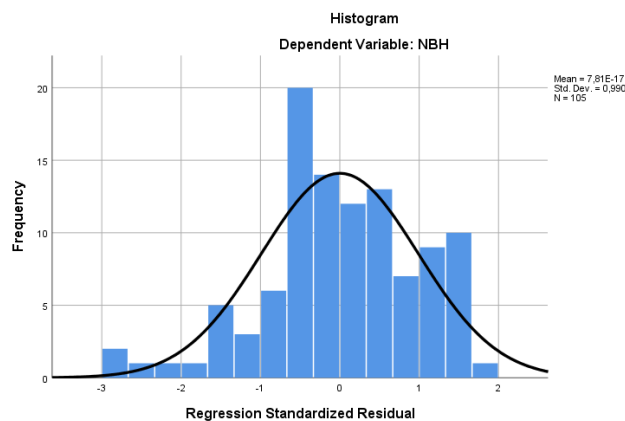
sig (2-tailed) lebih dari 0,05. Akibatnya, distribusi normal sesuai dengan data residual.

Lebih lanjut, uji kenormalan plot P-P akan digunakan mengikuti uji kenormalan Kolmogorov-Smirnov. Dengan asumsi data yang diproses terdistribusi normal di sekitar dan tegak lurus dengan garis diagonal menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi kenormalan. Dengan menggunakan plot P-P, kita dapat melihat bahwa ini adalah uji normal.



Gambar 1 Grafik P-P PLOT

Berdasarkan gambar 1 diatas, menunjukkan bahwa titik-titik menyebar sesuai dengan garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal.



Gambar 2 Diagram Batang Distribusi Normal

Berdasarkan gambar diatas, diperoleh bahwa penyebaran data pada bentuk diagram batang di dalam garis diagonal yang berarti bahwa data terdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji model regresi ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel berkorelasi atau tidak. Lihat apakah Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance bersifat multikolinear. Tidak tampak adanya bukti multikolinearitas dalam data atau variabel model regresi jika nilai toleransi atau nilai VIF lebih dari 0,10 atau kurang dari 10. Berikut adalah hasil uji multikolinearitas penelitian:

Tabel 10 Hasil Uji Multikolinearitas

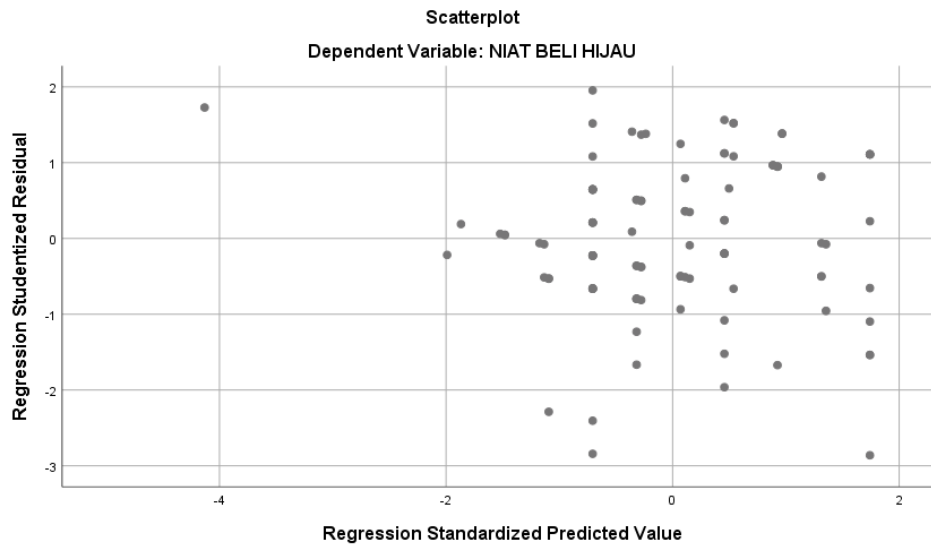
Variable	Tolerance	VIF	Keterangan
Pengetahuan Lingkungan	0,856	1,169	Tidak Terjadi Gejala Multikolinearitas
Kepedulian Lingkungan	0,856	1,169	Tidak Terjadi Gejala Multikolinearitas

Sumber : Data primer diolah, 2024

Tabel 10 menunjukkan bahwa Pengetahuan Lingkungan dan Kepedulian Lingkungan memiliki nilai toleransi sebesar 0,856. Oleh karena itu, nilai tersebut masih lebih dari 0,10. Dengan demikian, variabel independen tidak menunjukkan tanda-tanda multikolinearitas. Terdapat VIF sebesar 1,169 untuk variabel Kepedulian Lingkungan dan Pengetahuan Lingkungan. Itu berarti nilai tersebut masih kurang dari 10.000. Dengan demikian, variabel independen tidak menunjukkan tanda-tanda multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Jika varians residual tidak seragam di seluruh pengamatan dalam model regresi, maka uji heteroskedastisitas tidak berlaku. Heteroskedastisitas terjadi ketika pola tertentu menghasilkan pola yang teratur. Namun, heteroskedastisitas tidak ada jika data tidak menunjukkan pola yang jelas, baik di atas maupun di bawah nilai sumbu Y sebesar 0. Berikut adalah temuan dari uji heteroskedastisitas penelitian:



Gambar 3 Scatterplot Regression

Berdasarkan gambar 3 diatas, terlihat bahwa tidak terdapat pola yang jelas, menyebar di bawah dan di atas angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Dengan mengetahui nilai variabel bebas (X1, X2), uji regresi linier berganda dapat memprediksi nilai variabel terikat (Y). Lebih jauh, arah hubungan antara variabel terikat dan variabel bebas dapat dipastikan menggunakan uji regresi linier berganda. Berikut adalah hasil uji regresi linier berganda penelitian tersebut:

Tabel 11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,651	2,409		1,100	,274
	PENGETAHUAN LINGKUNGAN	,312	,172	,183	1,811	,073
	KEPEDULIAN LINGKUNGAN	,344	,161	,215	2,132	,035

a. Dependent Variable: NIAT BELI HIJAU

Sumber : Data primer diolah, 2024

Persamaan regresi linier berganda yaitu :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$= 2,651 + 0,312X_1 + 0,344X_2 + e$$

Dari sini dapat disimpulkan bahwa:

1. Nilai tanda positif sebesar 2,651 menunjukkan bahwa minat beli produk ramah lingkungan tumbuh sebesar 2,651 ketika variabel Pengetahuan Lingkungan dan Kepedulian Lingkungan sama dengan nol (0).

2. Nilai koefisien regresi sebesar 0,312 untuk β_1 (pengetahuan lingkungan) menunjukkan bahwa kenaikan minat beli produk ramah lingkungan sebesar 31,2% dikaitkan dengan setiap kenaikan satu unit dalam pengetahuan lingkungan.

Kalimat tersebut menyatakan bahwa untuk setiap kenaikan satu unit dalam Kepedulian Lingkungan, minat beli produk ramah lingkungan akan terpengaruh sebesar 34,4%, seperti yang ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi X_2 sebesar 0,400.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengetahuan Lingkungan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,312 dan Kepedulian Lingkungan memiliki nilai sebesar 0,344; karena $0,344 > 0,312$, Kepedulian Lingkungan ditetapkan sebagai variabel yang lebih signifikan. merupakan variabel yang dominan pengaruhnya terhadap Niat Beli Hijau

5. Hasil Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji T)

tujuan dilakukannya uji parsial atau uji T yaitu untuk mengetahui apakah variabel independent (X) mempunyai pengaruh secara parsial terhadap variabel dependent (Y). Jika nilai thitung < ttabel dan nilai signifikansi > 0,05 maka H0 di terima. Namun, jika thitung > ttabel dan nilai signifikansi < 0,05 maka H0 di tolak.

1) Hasil Uji Parsial (T) Variable Pengetahuan Lingkungan (X1) Terhadap Variable Niat Beli Hijau (Y)

Berdasarkan tabel 4.12 dibawah, nilai ttabel menyatakan $\alpha = 0,05$ dan tingkat kepercayaan 95% sehingga persamaannya yaitu $t(\alpha / 2; n - k - 1) = t(0,025 ; 102)$. Berdasarkan rumus tersebut, maka nilai dalam ttabel adalah 1,984. Berdasarkan output tersebut, diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 12 Hasil Uji Parsial (Uji T) X1 Terhadap Y
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,182	2,132		2,431	,017
	PENGETAHUAN LINGKUNGAN	,451	,162	,265	2,786	,006

a. Dependent Variable: NIAT BELI HIJAU

Sumber : Data primer diolah, 2024

Pengaruh Pengetahuan Lingkungan (X1) terhadap Niat Beli Hijau (Y) Diperoleh nilai thitung 2,786 > ttabel sebesar 1,984, maka H0 ditolak dan Ha1 diterima. Artinya, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Pengetahuan Lingkungan dengan Niat Beli Hijau, dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,006 < 0,05. Semakin tinggi pengetahuan lingkungan yang ada pada mahasiswa di PTN Kota Medan maka Niat Beli Hijau pada para mahasiswa di kota medan juga akan ikut serta meningkat.

2) Hasil Uji Parsial (T) Variable Kepedulian Lingkungan (X2) Terhadap Variable Niat Beli Hijau (Y)

Berdasarkan tabel 4.12 dibawah, nilai ttabel menyatakan $\alpha = 0,05$ dan tingkat kepercayaan 95% sehingga persamaannya yaitu $t(\alpha / 2 ; n - k - 1) = t(0,025 ; 102)$. Berdasarkan rumus tersebut, maka nilai dalam ttabel adalah 1,984. Berdasarkan output tersebut, diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 13
Hasil Uji Parsial (Uji T) X2 Terhadap Y

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,325	1,924		2,767	,007
	KEPEDULIAN LINGKUNGAN	,455	,151	,285	3,015	,003

a. Dependent Variable: NIAT BELI HIJAU

Sumber : Data primer diolah, 2024

Pengaruh Kepedulian Lingkungan (X2) terhadap Niat Beli Hijau (Y) Diperoleh nilai thitung 3,015 > ttabel sebesar 1,984, maka H0 ditolak dan Ha1 diterima. Artinya, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Pengetahuan Lingkungan dengan Niat Beli Hijau, dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,003 < 0,05. Semakin tinggi kepedulian lingkungan yang ada pada mahasiswa di PTN Kota Medan maka Niat Beli Hijau pada para mahasiswa di kota medan juga akan ikut serta meningkat.

2. Uji Simultan (Uji F)

Adapun tujuan dilakukannya uji F yaitu untuk mengetahui apakah variabel independent berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependent.

Dasar pengambilan keputusan pada uji F yaitu :

- H0 ditolak dan Ha diterima, apabila Fhitung > Ftabel
- H0 diterima dan Ha ditolak, apabila Fhitung < Ftabel

Berdasarkan ketetapan F ($k; n - k$) = F (2 ; 103). Dimana, k = variabel independent, n = jumlah sampel. Maka, Ftabel sebesar 3,09. Adapun hasil uji F yaitu :

Tabel 14 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	67,178	2	33,589	6,286	,003 ^b
	Residual	545,050	102	5,344		
	Total	612,229	104			

a. Dependent Variable: NIAT BELI HIJAU

b. Predictors: (Constant), KEPEDULIAN LINGKUNGAN, PENGETAHUAN LINGKUNGAN

Sumber : Data primer diolah, 2024

Salah satu cara untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor-faktor independen terhadap variabel dependen adalah dengan menggunakan analisis R² (Adjusted R Square), yang juga dikenal sebagai koefisien determinasi. Dalam ringkasan model, Anda dapat melihat seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. R adalah singkatan dari korelasi, yang merupakan ukuran pengaruh ini. Tujuan dari uji koefisien determinasi ini adalah untuk mengetahui berapa proporsi dampak total dari semua faktor independen terhadap variabel dependen. Dalam tabel berikut, Anda dapat melihat angka R Square yang menampilkan hasil uji koefisien determinasi:

Tabel 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (r²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,331 ^a	,110	,092	2,312

a. Predictors: (Constant), KEPEDULIAN LINGKUNGAN, PENGETAHUAN LINGKUNGAN

Sumber : Data primer diolah, 2024

Nilai R-Square untuk koefisien determinasi adalah 0,110, seperti yang terlihat pada tabel 4.15 yang baru saja disajikan. Ini menunjukkan bahwa jumlah efek yang dimiliki variabel independen terhadap variabel dependen dapat dijelaskan oleh nilai R-square dari variabel independen. Sementara variabel lain yang tidak diselidiki dalam penelitian ini berdampak pada 89% populasi. Ini menunjukkan bahwa perubahan dalam variabel niat pembelian hijau yang ditimbulkan oleh pengetahuan lingkungan (X1) dan kepedulian lingkungan (X2) menurun. Nilai R kuadrat (R²) digunakan untuk menentukan sejauh mana variabel laten independen tertentu berdampak pada variabel laten yang bergantung padanya. Dalam nilai R kuadrat, ada tiga jenis pengelompokan: kategori kuat, kategori sedang, dan kategori lemah (Hair et al., 2011).

Masing-masing kelompok ini memiliki tujuan yang berbeda. Nilai R kuadrat sebesar 0,75 dianggap berada dalam kelompok kuat, nilai R kuadrat sebesar 0,50 dianggap berada dalam kategori sedang, dan nilai R kuadrat sebesar 0,25 dianggap berada dalam kategori lemah, menurut Hair et al. (Hair et al., 2011). Ozili dan Peterson. K (2023) berpendapat bahwa penggunaan R² dalam pemodelan empiris dibidang penelitian ilmu sosial dengan R² yang rendah minimal 0,10 , masih dapat diterima dalam pemodelan empiris ilmu sosial, asalkan beberapa atau sebagian besar variable dalam model tersebut signifikan secara statistik, oleh karena itu model regresi dalam penelitian ilmu sosial tidak boleh ditolak hanya karena R² rendah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah :

1. Terdapat pengaruh positif antara Pengetahuan Lingkungan (Environmental Knowledge) terhadap Niat Beli Hijau.
2. Terdapat pengaruh positif antara Kepedulian Lingkungan (Environmental Concern) terhadap Niat Beli Hijau .
3. Pengetahuan Lingkungan dan Kepedulian Lingkungan berpengaruh secara simultan terhadap Niat Beli Hijau.

Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian serta kesimpulan yang diperoleh, maka dapat dikemukakan saran sebagai berikut :

1. Bagi Wirausahawan

Bisnis yang membuat dan menjual barang ramah lingkungan dapat meningkatkan kesadaran tentang masalah lingkungan dengan meluncurkan kampanye. Bersama dengan influencer yang peduli lingkungan, kampanye ini dapat dijalankan di media sosial. Mendidik masyarakat tentang pentingnya menjaga keseimbangan biosfer yang rapuh merupakan tujuan utama. Sertifikasi produk biosfer seperti organik, perdagangan yang adil, dan pelabelan ramah lingkungan juga memberi produsen landasan untuk membangun barang ramah lingkungan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Koefisien determinasi yang kecil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang lemah terhadap variabel dependen; untuk memperkuat nya, penelitian di masa mendatang harus menyertakan variabel tambahan yang tidak dipertimbangkan di sini tetapi dapat berdampak pada niat konsumen untuk membeli produk ramah lingkungan. Ambil contoh variabel ketersediaan produk. Dhanwani dkk. (2020) menemukan bahwa ketika barang ramah lingkungan tersedia, orang cenderung lebih aktif memanfaatkannya. Produk yang tersedia untuk dibeli, memiliki layanan yang siap mengangkutnya, dan mudah ditukar atau dikembalikan merupakan contoh ketersediaan produk. Sebelum membeli suatu produk, pelanggan memeriksa ketersediaannya (Kapoor dkk., 2019).

Pilihan lain adalah menggunakan variabel sikap dalam kasus di mana Perspektif individu terhadap alam merupakan salah satu elemen yang menentukan kualitas dunia tersebut, dan perspektif ini membentuk sikap mereka terhadap lingkungan. Milfont yang diterbitkan pada tahun 2012. Tingkat pengetahuan lingkungan yang lebih tinggi dikaitkan dengan pelanggan yang lebih sadar lingkungan. Dengan demikian, penelitian saat ini berbeda dari penelitian di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen. I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *ORGANIZATIONAL BEHAVIOR AND HUMAN DECISION PROCESSES*, 50, 179-211.
- Alamsyah, D.P dan Hariyanto. O.I.B. (2019). The Relationship Of Environmental Knowledge And Green Purchase Intention. *International Journal Of Engineering And Advanced Technology*, 8(5), 142-144.
- Albayrak, T., Aksoy, S., & Caber, M. (2013). The effect of environmental concern and scepticism on green purchase behavior. *Marketing Intelligence & Planning*, 31(1), 27–39.
- Ali, A., & Ahmad, I. (2012). Environment Friendly Products: factors that Influence the Green Purchase Intention of Pakistani Consumers. *Pakistan Journal Engineering Technology Sciences Volume 2, No 1*, 84-117.
- Aman, A.H.L., Harun, A. and Husein, Z. 2012. The Influence of Environmental Knowledge and

- Concern on Green Purchase Intention the Role of Attitude as a Mediating Variable. *British Journal of Arts and Social Sciences*. Vol.7, No.2. pp.145-167.
- Amin, S., & Tarun, T. (2019). Enhancing Green Hotel Visit Intention : Role of Green Perceived Value , Perceived Consumer Effectiveness and Environmental Knowledge. *12(5)*, 123–132.
- Angelovska, J., Snezana B. S., and Nina A. 2012.The Impact of Environmental Concern and Awareness on Consumer Behaviour..*Journal International Environmental Application & Science*.Vol. 7. No. 2. pp.. 406-416.
- Anggraini. I et al. (2023). The Influence Of Environmental Consciousness, Environmental Concern, And Environmental Knowledge On Attitudes And Their Implication On Green Purchase Intention Of Eco-friendly Homes. *INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL AND MANAGEMENT STUDIES (IJOSMAS)*. 4(02),46-64.
- Arrow, K., Bolin, B., Costanza, R., Dasgupta, P., Folke, C., Holling, C.S., & Pimentel, D. (1996). Economic growth, carrying capacity, and the environment. *Environment and Development Economics*, 1(1), pp. 104-110.
- Asmani, J. M. 2013. *Buku Panduan Internalisasi Pendidikan Karakter di Sekolah*. Jogjakarta: DIVA Press.
- Banyte, J., Lina B., and Agne G. 2010. Investigation of Green Consumer Profile: A Case of Lithuanian Market of Eco-Friendly Food Products. *Economics and Management*. pp. 374-383.
- Chen. (2013). A Study of Green Purchase Intention Comparing with Collectivistic (Chinese) and Individualistic (American) Consumers in Shanghai, China. *Information Management and Business Review*, 5 (7), 342-346.
- D'souza , C., Taghian, M., and Lamb, P . (2006). An Empirical Study On The Influence On Environmental Labels On consumers. *Corporate Communication : An International Journal*, 11(2), 162- 173
- Diash. A & Syarifah . D. (2021). Pengaruh Environmental Knowledge dan Environmental Concern terhadap Green Purchase Intention pada Generasi Milenial. *Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental*, 1(01), 552-559.
- Emekci. E. (2019). Green consumption behaviours of consumers within the scope of TPB. *Journal of Consumer Marketing*, 36(3), 410-417.
- Firmansyah, F., Purnamasari, P. E., & Djakfar, M. (2019). Religiusitas, lingkungan dan pembelian green product pada konsumen Generasi Z. *Iqtishoduna*, 15(1), 5-10. doi: 10.18860/iq.v1i1.5779.
- <http://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20160222182308-277-112685/indonesia-penyumbang-sampah- plastik-terbesar-ke-dua-dunia/> (Diakses pada tanggal 5 April 2024 pada pukul 21.30)
- Ismail. M. (2021). *PENDIDIKAN KARAKTER PEDULI LINGKUNGAN DAN MENJAGA KEBERSIHAN DI SEKOLAH*. *Guru Tua : Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 1(01), 59-68.
- Jaiswal. D & Kant. R. (2018). Green purchasing behaviour: A conceptual framework and empirical investigation of Indian consumers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 41, 60-69.
- Jayani.D. (2021, 24 Agustus). 6 Produk Ramah Lingkungan yang Paling Banyak Dibeli Masyarakat. Diakses pada 10 Juni 2024, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/24/6-produk-ramah-lingkungan-yang-paling-banyak-dibeli-masyarakat>.
- Junior, S., Silva, D., Gabriel, M., & Braga, W. (2018). The influence of environmental concern and purchase intent in buying green products. *Asian Journal of Behavioural Studies*. 3(12), 183-193. DOI:10.21834/ajbes.v3i12.134.
- Karatu. V & Mat. N (2015). The Mediating Effects of Green Trust and Perceived Behavioral Control on the Direct Determinants of Intention to Purchase Green Products in Nigeria.*Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(04), 256-265.
- Koellner. E & Luis Arturo Rivas-Tovar, (2009), “Study of Green Behavior with a Focus on Mexican Individuals” *Scientific Research*, pp. 124-131.

- Lee, K. (2011). The Green Purchase Behaviour of Hong Kong Young Consumers: The Role of Peer Influence, Local Environmental Involvement, and Concrete Environmental Knowledge. *Journal of International Consumer Marketing*, 21-44.
- Liu, X., Wang, C., Shishime, T., & Fujitsuka, T. (2012). Sustainable consumption: Green purchasing behaviors of urban residents in China. *Sustainable Development*, 20(4), 293-308.
- Maguire, K.B., Owens, N., Simon, N.B., 2004. The price premium for organic baby- food: a hedonic analysis. *J. Agric. Resour. Econ.* 29 (1), 132–149.
- Maichum,et.al. (2017). Factors Affecting on Purchase Intention towards Green Products: A Case Study of Young Consumers in Thailand. *International Journal of Social Science and Humanity*. 07 (5).
- Malik, M. I., Nawaz Mir, F., Hussain, S., Hyder, S., Anwar, A., Khan, Z. U., Nawab, N., Shah, S. F. A., & Waseem, M. (2019). Contradictory results on environmental concern while revisiting green purchase awareness and behavior. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(1), 17– 28.
- Mei, O.J., Ling, K.C., and Piew, T.H. 2012. The Antecedents of Green Purchase Intention among Malaysian Consumers. *Asian Social Science*, 8 (13), pp: 248-263.
- Naalchi Kashi, A. (2019). Green purchase intention: A conceptual model of factors influencing green purchase of Iranian consumers. *Journal of Islamic Marketing*, 2001.
- Novia, T. (2017). Pengaruh Kesadaran Lingkungan, Pengetahuan Lingkungan Dan Perhatian Lingkungan Terhadap Niat Pembelian Produk Hijau The Body Shop Di Jabodetabek. *Skripsi, Progra Studi Manajemen*. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta.
- Nur, et.al. (2021). Green purchase intention: The power of success in green marketing promotion. *Managment Science Letter*. 11. 1607–1620
- Rakuten insight. (2024, 29 Februari). New Report: Sustainable Consumption in APAC. Diakses 1 Juni 2024, dari <https://insight.rakuten.com/sustainable-consumption-in-apac/>.
- Rasyid. N & Shaharudin. M (2017). Customer’s purchase intention for a green home. *International Journal of Procurement Management*, 10(5), 581-599.
- Roseira, C., Teixeira, S., Barbosa, B., & Macedo, R. (2022). How collectivism affects organic food purchase intention and behavior: A study with Norwegian and Portuguese young consumers. *Sustainability*, 14(12), 7361. <https://doi.org/10.3390/su14127361>.
- Santika. E. F. (2024, 01 Januari). Hambatan Terbesar Penerapan Produk Ramah Lingkungan di Asia Tenggara. Diakses pada 10 Juni 2024, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/05/hambatan-terbesar-penerapan-produk-ramah-lingkungan-di-asia-tenggara>
- Saputri. N & Rahman M. (2021) Hubungan Antara Environmental Knowledge, Environmental Concern Dan Enviromental Attitude Serta Pengaruhnya Terhadap Purchase Intention Green Product Lgcc Dengan Perbedaan Gender Sebagai Variabel Moderasi. *Mandar: Management Development and Applied Research Journal*, 3(02), 28-39.
- Setiawan,et.al. (2023). The Impact Of Enviromental Knowledge And Self-Transcendence Toward Green Purchase Intention On student. *Agricultural Socio-Economics Journal*, 23(2), 159-166.
- Suki. N. Green product purchase intention: impact of green brands, attitude, and knowledge. *British Food Journal*, 118(12),2893-2905.
- Sun, X., Tian, Z., Wang, J., and Su, W. (2022). The Impact of Environmental Commitment on Green Purchase Behavior in China. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19 (14), pp.8644.
- Wang, L., Pong, P., Wong, W., & Alagas, E. N. (2020). Antecedents of green purchase behaviour : an examination of altruism and environmental knowledge. 14(1), 63–82.
- Wulandari,et.al. (2015). Pengaruh Pengetahuan Lingkungan Dan Sikap Terhadap Niat Beli Produk Ramah Lingkungan (Studi Kasus Pada Pertamax D Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(10), 3119-3145.
- Yaumi, M. (2014). Pendidikan karakter: landasan, pilar dan implementasi. Jakarta: Kharisma Putra Utama.
- Zhao, H. H., Gao, Q., Wu, Y. P., Wang, Y., & Zhu, X. D. (2014). What affects green consumer

behavior in China? A case study from Qingdao. *Journal of Cleaner Production*, 63, 143-151.