PENGARUH ENVIRONMENTAL ATTITUDE DAN ACTUAL BEHAVIOUR TERHADAP GREEN PURCHASE INTENTION TUMBLER PADA MAHASISWA FISIP USU

Angellyne Crystella Kymberlie[1], Christine Boutistha Dolok Saribu[2], Putri Yohana Priskilla Waruwu[3], Diana Annisah[4], Novaldo Fransisco Sidabukke[5], Onan Marakali Siregar[6], Ummi Salamah Sitorus[7]

[1,2,3,4,5,6]*Universitas Sumatera Utra*
[7]*Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*
E-mail : angellynecrystella@students.usu.ac.id[1], christinedolok0@students.usu.ac.id[2], putriyohana@students.usu.ac.id[3], dianaannisah@students.usu.ac.id[4], novaldofransisco@students.usu.ac.id[5], onan@usu.ac.id[6], ummisalamahsitorus@uinsu.ac.id[7]

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh actual behaviour dan environmental attitude terhadap green purchase intention pada mahasiswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan metode Partial Least Square – Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan software SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa actual behaviour berpengaruh positif dan signifikan terhadap green purchase intention dengan koefisien sebesar 0,703, nilai T-statistics sebesar 9,768, dan p-value sebesar 0,000. Sementara itu, environmental attitude tidak berpengaruh signifikan terhadap green purchase intention dengan koefisien sebesar 0,161, nilai T-statistics sebesar 1,811, dan p-value sebesar 0,070. Temuan ini menunjukkan adanya fenomena attitude-behaviour gap, yaitu kondisi di mana sikap positif terhadap lingkungan belum tentu secara langsung mendorong niat pembelian produk ramah lingkungan tanpa didukung oleh perilaku nyata. Hal ini mengindikasikan bahwa faktor kebiasaan, kemudahan, serta kondisi lingkungan memiliki peran penting dalam mendorong terbentuknya green purchase intention.

Kata Kunci : *Actual Behaviour, Environmental Attitude, Green Purchase Intention, Mahasiswa FISIP USU.*

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of actual behaviour and environmental attitude on green purchase intention among students. This research employs a quantitative approach using a survey method through questionnaires distributed to respondents selected by purposive sampling. The collected data were analyzed using the Partial Least Square – Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with the assistance of SmartPLS software. The results show that actual behaviour has a positive and significant effect on green purchase intention with a coefficient of 0.703, a T-statistics value of 9.768, and a p-value of 0.000. Meanwhile, environmental attitude does not have a significant effect on green purchase intention, with a coefficient of 0.161, a T-statistics value of 1.811, and a p-value of 0.070. These findings indicate the presence of an attitude-behaviour gap, where a positive environmental attitude does not necessarily translate into green purchase intention without being supported by actual behavior. This suggests that factors such as habits, convenience, and environmental conditions play an important role in shaping green purchase intention.

Keywords : *Actual Behaviour, Environmental Attitude, Green Purchase Intention, FISIP USU Students.*

PENDAHULUAN

Meningkatnya dampak negatif aktivitas manusia terhadap ekosistem mendorong munculnya kesadaran global untuk menerapkan perilaku yang lebih ramah lingkungan. Salah satu permasalahan lingkungan yang saat ini menjadi perhatian utama adalah tingginya produksi sampah plastik, terutama plastik sekali pakai yang banyak digunakan dalam aktivitas konsumsi sehari-hari. Di Indonesia, sampah plastik masih menjadi salah satu penyumbang terbesar timbulan sampah nasional. Penggunaan kemasan plastik, khususnya botol dan gelas minuman sekali pakai, terus meningkat seiring perkembangan pola konsumsi masyarakat dan gaya hidup yang mengutamakan kepraktisan. Namun, karakteristik plastik yang sulit terurai menyebabkan akumulasi sampah yang berdampak negatif terhadap kualitas lingkungan dan keberlanjutan ekosistem.

Sebagai respons terhadap permasalahan tersebut, berbagai gerakan pengurangan sampah plastik mulai berkembang, salah satunya melalui penerapan konsep green consumption atau konsumsi ramah lingkungan. Konsep ini mendorong individu untuk memilih dan menggunakan produk yang memiliki dampak lingkungan lebih rendah dibandingkan produk konvensional. Salah satu bentuk implementasinya adalah penggunaan tumbler sebagai pengganti botol atau gelas plastik sekali pakai. Penggunaan tumbler dinilai mampu mengurangi konsumsi kemasan plastik secara signifikan karena dapat digunakan berulang kali dalam jangka waktu yang lama. Bahkan, penggunaan satu tumbler secara konsisten berpotensi menggantikan ratusan botol atau gelas plastik setiap tahunnya, sehingga dapat berkontribusi dalam menekan volume sampah plastik yang dihasilkan.

Di lingkungan perguruan tinggi, penggunaan tumbler semakin menjadi bagian dari gaya hidup berkelanjutan yang didorong melalui berbagai kampanye dan program edukasi lingkungan. Mahasiswa sebagai kelompok terdidik dan agen perubahan sosial memiliki peran penting dalam mendorong penerapan perilaku ramah lingkungan. Meskipun demikian, kepedulian terhadap lingkungan tidak selalu berujung pada tindakan nyata. Fenomena attitude–behavior gap menunjukkan bahwa individu yang memiliki sikap positif terhadap lingkungan belum tentu merealisasikannya dalam bentuk perilaku pembelian atau penggunaan produk hijau. Oleh karena itu, selain environmental attitude, diperlukan actual behaviour sebagai bentuk tindakan nyata yang dapat memperkuat niat seseorang untuk mengadopsi produk ramah lingkungan.

Dalam konteks mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara (FISIP USU), penggunaan tumbler menjadi fenomena yang relevan untuk dikaji karena mencerminkan praktik konsumsi ramah lingkungan yang semakin berkembang di kalangan mahasiswa. Adopsi penggunaan tumbler tidak hanya berkaitan dengan kesadaran lingkungan, tetapi juga mencerminkan perilaku nyata individu dalam mendukung pengurangan sampah plastik. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh environmental attitude dan actual behaviour terhadap green purchase intention dalam adopsi penggunaan tumbler pada mahasiswa FISIP USU.

Green purchase intention (Y)

Menurut Ajzen (1991), dalam Theory of Planned Behavior, niat merupakan prediktor paling akurat bagi perilaku nyata konsumen. Green purchase intention didefinisikan sebagai kesediaan atau kecenderungan konsumen untuk memilih dan menggunakan produk yang dianggap ramah lingkungan serta mampu meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan. Selain itu, Chan (2001) menjelaskan bahwa niat merupakan faktor proksi atau prediktor terdekat yang memengaruhi munculnya perilaku aktual seseorang.

Penelitian ini berfokus pada pengujian pengaruh Environmental Attitude dan Actual Behavior terhadap Green purchase intention pada mahasiswa FISIP USU dalam konteks penggunaan tumbler sebagai upaya pengurangan limbah plastik di lingkungan kampus. Dalam penelitian ini, variabel Green purchase intention diukur melalui tiga dimensi operasional, yaitu: (1) Future plan, yang mencerminkan tekad dan rencana mahasiswa untuk beralih menggunakan tumbler secara konsisten di masa depan; (2) Word of mouth, berupa kesediaan, keinginan mencari informasi produk hijau, dan minat mahasiswa untuk merekomendasikan penggunaan tumbler kepada rekan atau pihak lain; serta (3) Green priority, yang mengukur kecenderungan mengutamakan penggunaan tumbler dibanding botol plastik sekali pakai dalam aktivitas sehari-hari.

Environmental Attitude (X1)

Environmental Attitude merujuk pada struktur kognitif berupa keyakinan, penilaian moral, dan evaluasi psikologis individu terhadap kelestarian lingkungan serta upaya pelestariannya (Schultz et al., 2004). Sikap ini mencerminkan tingkat kepedulian seseorang terhadap kerusakan alam, tanggung jawab dalam menjaga keberlanjutan lingkungan hidup, serta evaluasi konsekuensi tindakan terhadap alam (Schultz et al., 2004). Mahasiswa yang memiliki sikap lingkungan positif cenderung lebih sadar akan bahaya limbah plastik, sehingga memiliki dorongan lebih kuat untuk beralih ke produk berkelanjutan seperti tumbler. Variabel ini diukur melalui tiga dimensi operasional, yaitu ecological awareness (kepedulian terhadap volume sampah plastik di kampus), personal responsibility (keyakinan bahwa pelestarian lingkungan dimulai dari aksi pribadi), dan policy support (dukungan terhadap regulasi pembatasan plastik sekali pakai dan fasilitas air minum kampus).

Secara empiris, hasil penelitian Kim dan Choi (2005) membuktikan bahwa environmental attitude berpengaruh positif dan signifikan terhadap green purchase intention. Temuan serupa juga ditunjukkan oleh Sari et al. (2024), yang memaparkan bahwa kelompok generasi muda (Generasi Z) dengan kepedulian lingkungan tinggi memiliki kecenderungan dan niat lebih besar untuk mengadopsi serta mengonsumsi produk ramah lingkungan dalam aktivitas sehari-hari demi mengurangi beban sampah lingkungan. Berdasarkan landasan teoretis dan dukungan empiris tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1: Environmental Attitude berpengaruh positif dan signifikan terhadap Green Purchase Intention.

Actual Behavior (X2)

Actual Behavior merupakan perwujudan tindakan pro-lingkungan yang merupakan refleksi dari kebiasaan individu yang telah terbentuk secara berulang dan terintegrasi dalam rutinitas harian (Stern, 2000). Menurut Stern (2000), perilaku ramah lingkungan dipengaruhi oleh nilai, keyakinan, dan kebiasaan individu terhadap lingkungan. Individu yang telah memiliki pengalaman dan konsistensi dalam perilaku ramah lingkungan cenderung lebih mudah membentuk niat penggunaan produk hijau lainnya sebagai bentuk konsistensi gaya hidup berkelanjutan. Variabel ini diukur melalui tiga dimensi operasional, yaitu pengelolaan sampah (kedisiplinan membuang dan memilah sampah sesuai jenisnya), pengurangan plastik (penolakan aktif terhadap kantong kresek, sedotan, dan kemasan sekali pakai), serta konservasi sumber daya (efisiensi penggunaan air dan energi di lingkungan kampus).

Keterkaitan empiris antar-variabel ini didukung kuat oleh penelitian Nguyen (2022) yang menunjukkan bahwa actual behavior berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat mengadopsi produk berkelanjutan. Individu yang telah terbiasa melakukan tindakan nyata pro-lingkungan dalam kesehariannya cenderung memiliki green purchase intention yang lebih tinggi dibandingkan

individu yang belum menerapkan perilaku tersebut secara konsisten. Berdasarkan argumen teoretis dan bukti empiris tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:
H2 : Actual Behavior berpengaruh positif dan signifikan terhadap Green Purchase Intention.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menguji hubungan serta pengaruh antar variabel. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pengukuran data yang bersifat numerik dan dianalisis secara statistik untuk menguji pengaruh environmental attitude dan actual behaviour terhadap green purchase intention dalam konteks penggunaan tumbler pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara. Menurut Sugiyono (2019), metode penelitian kuantitatif merupakan metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dengan teknik pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, serta analisis data bersifat statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, pendekatan ini dinilai sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin mengetahui besarnya pengaruh antar variabel secara objektif dan terukur. Selain itu, pendekatan kuantitatif juga relevan digunakan dalam penelitian yang melibatkan hubungan antar konstruk laten. Menurut Joseph F. Hair Jr. et al. (2021), analisis berbasis Structural Equation Modeling (SEM) memungkinkan peneliti untuk menganalisis hubungan antar variabel secara simultan dan komprehensif. Dalam penelitian ini, teknik analisis yang digunakan adalah Partial Least Square – Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan software SmartPLS. Pengumpulan data dilakukan melalui metode survei dengan menggunakan instrumen berupa kuesioner tertutup yang disebarkan kepada mahasiswa FISIP Universitas Sumatera Utara. Kuesioner dipilih karena mampu mengumpulkan data mengenai sikap, persepsi, dan perilaku responden secara sistematis dan efisien. Menurut Uma Sekaran dan Roger Bougie (2016), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan serangkaian pertanyaan tertulis kepada responden untuk memperoleh informasi yang relevan dengan variabel penelitian. Pengukuran data dalam penelitian ini menggunakan skala Likert lima poin, yang terdiri dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Skala ini digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan perilaku responden terhadap variabel yang diteliti. Menurut Rensis Likert (1932), skala Likert memungkinkan data kualitatif diubah menjadi data kuantitatif sehingga dapat dianalisis secara statistik.

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara yang beralamat di Jalan Prof. A. Sofyan No. 1A, Kampus Padang Bulan, Medan. Objek penelitian berfokus pada hubungan Environmental Attitude dan Actual Behavior terhadap Green purchase intention pada produk tumbler. Populasi penelitian mencakup seluruh mahasiswa aktif program Sarjana (S1) FISIP Universitas Sumatera Utara. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan purposive sampling karena penelitian memerlukan responden yang sesuai dengan karakteristik tertentu. Responden yang dipilih merupakan mahasiswa aktif FISIP USU yang mengetahui isu pengurangan sampah plastik serta memahami tumbler sebagai salah satu alternatif untuk mengurangi penggunaan plastik sekali pakai. Penelitian tidak mensyaratkan responden telah menggunakan ataupun membeli tumbler karena variabel dependen yang diteliti adalah Green Purchase Intention, yaitu niat untuk membeli atau menggunakan produk ramah lingkungan di masa mendatang. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin, diperoleh jumlah sampel minimum

sebanyak 97 responden. Jumlah tersebut kemudian dibulatkan menjadi 100 responden untuk memudahkan pengolahan data. Dalam pelaksanaannya, penelitian ini berhasil memperoleh 102 responden yang mengisi kuesioner dan seluruh data tersebut digunakan dalam analisis. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner digital menggunakan Google Form dengan skala Likert lima poin untuk mengukur tanggapan responden terhadap setiap indikator variabel penelitian. Data yang terkumpul selanjutnya dianalisis menggunakan SmartPLS 4 untuk menguji hubungan antarvariabel yang diajukan dalam model penelitian.

Definisi operasional variabel digunakan sebagai pedoman dalam menerjemahkan konsep penelitian ke dalam indikator yang dapat diukur melalui kuesioner. Environmental Attitude (X1) didefinisikan sebagai sikap dan penilaian mahasiswa terhadap isu lingkungan, terutama yang berkaitan dengan dampak penggunaan plastik sekali pakai dan upaya menjaga kelestarian lingkungan. Variabel ini diukur melalui indikator kepedulian terhadap krisis lingkungan, kesadaran mengenai dampak negatif sampah plastik, serta tanggung jawab pribadi dalam menjaga lingkungan. Actual Behavior (X2) mengacu pada tindakan nyata yang dilakukan mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari untuk mengurangi dampak lingkungan. Pengukurannya dilakukan melalui kebiasaan membawa wadah minum yang dapat digunakan kembali, upaya mengurangi penggunaan plastik sekali pakai, serta tindakan pengelolaan sampah pribadi. Green purchase intention (Y) merupakan kecenderungan atau niat mahasiswa untuk memilih, membeli, dan menggunakan produk yang lebih ramah lingkungan, khususnya tumbler. Variabel ini diukur melalui ketertarikan mencari informasi mengenai produk ramah lingkungan, keinginan memilih tumbler dibandingkan produk yang menghasilkan lebih banyak sampah plastik, serta kesediaan merekomendasikan penggunaan tumbler kepada orang lain. Seluruh indikator diukur menggunakan skala Likert lima poin yang berkisar dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Karakteristik Sosio-Demografi Responden

Ciri	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	22	18,6%
Perempuan	80	79,%
Program Studi:		
Ilmu Administrasi Bisnis	41	40,2%
Ilmu Administrasi Publik	8	7,8%
Ilmu Komunikasi	7	6,9%
Ilmu Politik	11	10,8%
Sosiologi	21	20,6%
Kesejahteraan Sosial	11	10,8%
Antropologi Sosial	3	2,9%
Total:	102	100%
Umur:		
<18 Tahun	2	2%
18-20 Tahun	81	79,4%

21-23 Tahun	19	18,6%
>23 Tahun	0	0

Uji Validitas

Uji validitas konvergen dilihat dari nilai outer loading masing-masing indikator. Syaratnya, setiap indikator harus memiliki nilai loading ≥ 0,7 agar dianggap valid.

Actual Behaviour: Semua indikator (AB2, AB4, AB5, AB6, AB7) memiliki nilai loading di atas 0,83, dengan AB7 menjadi yang tertinggi (0,915). Ini menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan yang mengukur perilaku nyata benar-benar mencerminkan konstruknya dengan baik. Environmental Attitude: Keempat indikator (EA1, EA2, EA3, EA5) memiliki nilai loading antara 0,745 hingga 0,848. EA3 menjadi indikator terkuat, menandakan bahwa item tersebut paling mewakili sikap lingkungan responden. Purchase Intention: Lima indikator (PI1 hingga PI5) semuanya berada di rentang 0,784–0,842. Nilai yang relatif merata ini menunjukkan bahwa seluruh item mengukur niat beli secara seimbang dan konsisten.

Tabel 2. Uji Validitas

Indikator Pertanyaan	Outer loadings
Saya sudah rutin menggunakan tumbler untuk keperluan minum sehari-hari	0.833
Saya sering membawa dan menggunakan tumbler dalam aktivitas saya sehari-hari	0.891
Saya memastikan tumbler yang saya gunakan aman bagi Kesehatan (bebas bahan kimia berbahaya)	0.839
Saya tetap konsisten memilih menggunakan tumbler dibandingkan beralih menggunakan botol plastik sekali pakai lainnya	0.896
Saya akan terus menjadi pengguna setia tumbler dalam jangka panjang sebagai bentuk perilaku nyata saya	0.915
Saya sadar bahwa bumi ini ibarat kapal ruang angkasa dengan ruang dan sumber daya alam yang sangat terbatas	0.745
Saya merasa keseimbangan alam sangat rapuh dan sangat mudah terganggu oleh aktivitas manusia	0.780
Saya yakin jika kondisi saat ini terus dibiarkan, kita akan segera menghadapi bencana lingkungan yang serius	0.848
Demi dapat menikmati lingkungan yang asri, saya akan berusaha sebaik mungkin melakukan hal-hal yang bermanfaat bagi lingkungan	0.809
Menggunakan tumbler memberikan manfaat yang signifikan bagi saya (seperti lebih higenis dan hemat)	0.818
Kualitas produk tumbler yang unggul meningkatkan kepuasan dan niat saya untuk memilikinya	0.842
Saya tertarik menggunakan tumbler karena inovasi dan perkembangannya yang semakin baik dari waktu ke waktu	0.820
Produk tumbler memiliki daya Tarik yang lebih tinggi dibandingkan botol kemasan plastic sekali pakai	0.784
Berbagai keunggulan produk tumbler berhasil menarik minat saya untuk menggunakannya	0.822

2. Uji Reliabilitas

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Actual Behaviour	0.923	0.925	0.942	0.766
Environmental Attitude	0.825	0.863	0.870	0.529
Green purchase intention	0.876	0.881	0.910	0.668

Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini konsisten dan dapat diandalkan. Hasilnya cukup memuaskan: Actual Behaviour memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,923 dan AVE sebesar 0,766 ini menunjukkan bahwa indikator-indikator yang mengukur perilaku nyata sangat konsisten dan kuat. Environmental Attitude memiliki Cronbach's Alpha 0,825 dan AVE 0,529 masih memenuhi ambang batas minimum yang disyaratkan ($\alpha > 0,7$ dan AVE > 0,5), sehingga dinyatakan reliabel. Green purchase intention memiliki Cronbach's Alpha 0,876 dan AVE 0,668 tergolong reliabel dengan tingkat konsistensi yang baik.

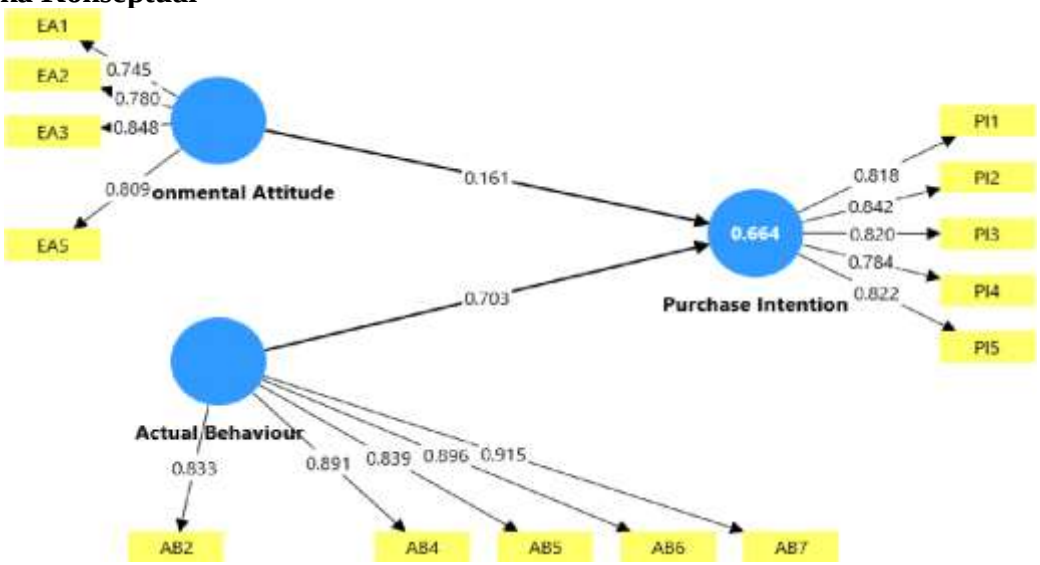
3. Koefisien Determinasi

Tabel 4. Koefisien Determinasi

	R-square	R-square adjusted
Green purchase intention	0.664	0.657

Nilai R-square Green purchase intention sebesar 0,664 (R^2 adjusted: 0,657) menunjukkan bahwa model ini cukup kuat dalam menjelaskan niat beli. Dengan kata lain, 66,4% perubahan pada niat beli responden dapat dijelaskan oleh kombinasi variabel Actual Behaviour dan Environmental Attitude. Angka ini tergolong tinggi dalam penelitian sosial, menandakan bahwa pemilihan variabel dalam model ini sudah cukup tepat.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

4. Uji Hipotesis

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
Actual Behaviour -> Green purchase intention	0.703	0.699	0.072	9.768	0.000
Environmental Attitude -> Green purchase intention	0.161	0.161	0.089	1.811	0.070

Seluruh data yang telah memenuhi kriteria pengukuran, selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis menggunakan metode bootstrapping pada software SmartPLS. Suatu hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai t-statistics > 1,96 dan p-values < 0,05 pada tingkat signifikansi 5%. Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh hasil sebagai berikut:

(Hipotesis-1)

Actual Behaviour Berpengaruh Terhadap Purchase Intention

Hasil uji menunjukkan bahwa nilai koefisien parameter untuk variabel Actual Behaviour terhadap Green purchase intention sebesar 0,703 . Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara Actual Behaviour terhadap Purchase Intention.Dapat diinterpretasikan bahwa semakin baik perilaku aktual individu, maka semakin tinggi pula Purchase Intention. Peningkatan satu satuan Actual Behaviour akan meningkatkan Green purchase intention sebesar 70,3%.

Berdasarkan hasil bootstrapping, diperoleh nilai t-statistics sebesar 9,768 dan p-values sebesar 0,000. Nilai ini menunjukkan bahwa t-statistics > 1,96 dan p-values < 0,05, sehingga hipotesis diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa perilaku nyata (actual behaviour) memiliki peran yang lebih kuat dalam mendorong niat pembelian dibandingkan sekadar sikap. Hal ini dapat terjadi karena perilaku mencerminkan kebiasaan yang sudah terbentuk dalam kehidupan sehari-hari. Ketika seseorang telah terbiasa melakukan tindakan tertentu—misalnya membawa tumbler atau memilih produk ramah lingkungan—maka kecenderungan untuk memiliki niat membeli produk tersebut menjadi lebih tinggi.

Selain itu, perilaku aktual juga dipengaruhi oleh faktor praktis dan situasional, seperti kemudahan penggunaan, kenyamanan, serta dukungan lingkungan sekitar. Faktor-faktor ini membuat perilaku menjadi lebih konkret dan langsung berdampak pada keputusan atau niat pembelian, sehingga pengaruhnya lebih dominan dibandingkan variabel lainnya.

(Hipotesis ke-2)

Environmental Attitude Tidak Berpengaruh Terhadap Purchase Intention

Hasil uji menunjukkan bahwa nilai koefisien parameter untuk variabel Environmental Attitude terhadap Green purchase intention sebesar 0,161. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh positif, namun relatif lemah.

Berdasarkan hasil bootstrapping, diperoleh nilai t-statistics sebesar 1,811 dengan p-values sebesar 0,070. Nilai tersebut menunjukkan bahwa t-statistics < 1,96 dan p-values > 0,05, sehingga hipotesis ditolak. Dengan demikian, Environmental Attitude tidak berpengaruh signifikan terhadap Purchase Intention.Hasil ini menunjukkan adanya kesenjangan antara sikap dan perilaku

(attitude-behavior gap), di mana individu yang memiliki sikap positif terhadap lingkungan belum tentu memiliki niat untuk melakukan pembelian yang mendukung perilaku tersebut.

Kondisi ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor. Pertama, faktor ekonomi seperti harga tumbler atau produk ramah lingkungan yang relatif lebih mahal dibandingkan produk biasa. Kedua, keterbatasan fasilitas, seperti kurangnya ketersediaan tempat pengisian ulang air minum (refill) di lingkungan kampus. Ketiga, kebiasaan yang sudah terbentuk, seperti membeli minuman kemasan karena lebih praktis. Selain itu, pengaruh sosial dari teman sebaya serta faktor kenyamanan, seperti keengganan membawa tumbler karena dianggap merepotkan, juga dapat menjadi penghambat. Kurangnya dukungan kebijakan dari lingkungan kampus juga turut memperlemah implementasi sikap tersebut dalam bentuk tindakan nyata.

Temuan ini sejalan dengan Theory of Planned Behavior (TPB) yang menyatakan bahwa niat (intention) tidak hanya dipengaruhi oleh sikap (attitude), tetapi juga oleh subjective norm (pengaruh sosial) dan perceived behavioral control (kemudahan atau hambatan dalam melakukan perilaku). Dalam konteks ini, meskipun mahasiswa memiliki sikap peduli lingkungan, namun jika tidak didukung oleh kemudahan akses, kebiasaan, serta lingkungan sosial yang mendukung, maka niat untuk melakukan pembelian ramah lingkungan tetap rendah. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa sikap positif saja belum cukup untuk mendorong purchase intention, tanpa adanya dukungan faktor praktis dan kondisi yang mempermudah individu dalam menerapkan perilaku tersebut.

Berdasarkan hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa Actual Behaviour berpengaruh positif dan signifikan terhadap Purchase Intention, sedangkan Environmental Attitude tidak berpengaruh signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku nyata yang didukung oleh kebiasaan dan kondisi praktis lebih menentukan dibandingkan sekadar sikap dalam mempengaruhi niat pembelian.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis menggunakan metode PLS-SEM, *actual behaviour* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *green purchase intention* dengan koefisien sebesar 0,703, nilai T-statistics sebesar 9,768, dan p-value sebesar 0,000. Sementara itu, *environmental attitude* tidak berpengaruh signifikan terhadap *green purchase intention* dengan koefisien sebesar 0,161, nilai T-statistics sebesar 1,811, dan p-value sebesar 0,070. Temuan ini mengindikasikan adanya *attitude-behavior gap*, di mana sikap positif terhadap lingkungan belum tentu secara langsung mendorong niat pembelian produk ramah lingkungan tanpa didukung oleh perilaku nyata, kebiasaan, serta kondisi lingkungan yang memadai. Berdasarkan temuan tersebut, pihak kampus dan organisasi mahasiswa disarankan untuk lebih aktif mendorong pembentukan kebiasaan penggunaan tumbler melalui program nyata, seperti penyediaan stasiun isi ulang air minum di area FISIP USU dan pemberian insentif bagi mahasiswa yang konsisten membawa tumbler. Selain itu, produsen tumbler juga perlu mempertimbangkan strategi penetapan harga yang lebih terjangkau serta menonjolkan keunggulan fungsional produk agar hambatan ekonomi yang melemahkan hubungan antara sikap lingkungan dan niat pembelian dapat diminimalkan. Penelitian berikutnya disarankan untuk memperluas cakupan populasi di luar mahasiswa FISIP USU, serta menambahkan variabel lain seperti norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, dan pengaruh teman sebaya, guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi *green purchase intention* pada produk ramah lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

Andini, S. Z. (2026). Systematic literature review: Peran green marketing terhadap perilaku pembelian konsumen. Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum, 4(2), 7865–7880.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50(2), 179–211.

Chan, R. Y. (2001). Determinants of Chinese consumers' green purchase behavior. Psychology & Marketing, 18(4), 389–413.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) (3rd ed.). SAGE.

Kim, Y., & Choi, S. M. (2005). Antecedents of green purchase behavior: An examination of collectivism, environmental concern, and PCE. Advances in Consumer Research, 32(1), 592–599.

Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. Archives of Psychology, 22, 1–55.

Nguyen, T. P. L. (2022). Intention and behavior toward bringing your own shopping bags. Journal of Social Marketing, 12(3), 365–384.

Putri, N. W., Fitriyani, Rahmalber, T. V., Falikha, D. D., Tafsia, S. I., & Setiawati, S. D. (2023). Pengetahuan, sikap dan partisipasi masyarakat dalam penerapan kebijakan pengurangan kantong plastik sebagai upaya mengurangi sampah plastik di Kota Padang. Jurnal Kesehatan Lingkungan Indonesia, 22(3), 259–267.

Rahmawaty, S. P., Anita, S. Y., & Hasimi, D. M. (2025). Pengaruh green product, green promotion, dan eco-label terhadap green purchase intention pada produk Innisfree dalam perspektif bisnis Islam (studi pada pengguna produk Innisfree di Kota Bandar Lampung). Journal of Innovation in Management, Accounting and Business, 4(2), 434–447.

Sari, S. P., Witono, B., & Kirana, S. (2024). Green purchase intention model of Generation Z to enhance awareness of green products consumptions. Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia, 9(1), 165–178.

Schultz, P. W., Shriver, C., Tabanico, J. J., & Khazian, A. M. (2004). Values and their relationship to environmental concern and conservation behavior. Journal of Cross-Cultural Psychology, 35(1), 31–38.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research methods for business (7th ed.). Wiley.

Stern, P. C. (2000). Toward a theory of environmentally significant behavior. Journal of Social Issues, 56(3), 407–424.

Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D. Alfabeta.

Sunaryo, D., Hamdan, H., Zainuri, A. Z. A., & Suhaemi, S. (2024). Edukasi dan kampanye penggunaan tumbler sebagai upaya pengurangan sampah plastik di lingkungan Universitas Serang Raya. Jurnal Pengabdian Vokasi (JAPESI), 3(2).

Tegar, S. P. (2024). Pengaruh environmental knowledge, environmental attitude dan green perceived value terhadap green consumers behavior (studi pengguna totebag pada mahasiswa UIN Raden Intan Lampung) (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).

Zheng, G. W., Siddik, A. B., Masukujjaman, M., Alam, S. S., & Akter, A. (2020). Perceived environmental responsibilities and green buying behavior: The mediating effect of attitude. Sustainability, 13(1), 35.