PENGARUH GAYA HIDUP SEHAT DAN KESADARAN LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TUMBLER ROSCA MELALUI PERILAKU RAMAH LINGKUNGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA GEN Z DI BOGOR

Adenia Suci Ramadhani[1], Supiani[2]

[1,2]*Universitas Gunadarma*
E-mail : adeniasuciramadhani@gmail.com[1], supiani@staff.gunadarma.ac.id[2]

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup sehat dan kesadaran lingkungan terhadap keputusan pembelian Tumbler Rosca melalui perilaku ramah lingkungan sebagai variabel intervening pada Generasi Z di Bogor. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 180 responden Generasi Z yang berdomisili di Bogor dan pernah membeli serta menggunakan Tumbler Rosca. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling–Partial Least Square (SEM-PLS) dengan bantuan SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup sehat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian serta perilaku ramah lingkungan. Kesadaran lingkungan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian serta perilaku ramah lingkungan. Sementara itu, perilaku ramah lingkungan berpengaruh negatif namun signifikan terhadap keputusan pembelian Tumbler Rosca. Hasil pengujian pengaruh tidak langsung menunjukkan bahwa perilaku ramah lingkungan tidak mampu memediasi pengaruh gaya hidup sehat maupun kesadaran lingkungan terhadap keputusan pembelian Tumbler Rosca. Dengan demikian, keputusan pembelian Tumbler Rosca pada Generasi Z di Bogor lebih dipengaruhi oleh gaya hidup sehat dan kesadaran lingkungan secara langsung, sedangkan perilaku ramah lingkungan belum berperan sebagai variabel mediasi

Kata Kunci : *Gaya Hidup Sehat, Kesadaran Lingkungan, Perilaku Ramah Lingkungan, Keputusan Pembelian.*

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of healthy lifestyle and environmental awareness on purchasing decisions of Rosca Tumbler through environmentally friendly behavior as an intervening variable among Generation Z in Bogor. This study used a quantitative method with a survey approach. Primary data were collected through questionnaires distributed to 180 Generation Z respondents who live in Bogor and had purchased and used Rosca Tumbler. The sampling technique used was purposive sampling. Data were analyzed using Structural Equation Modeling–Partial Least Square (SEM-PLS) with the help of SmartPLS 4. The results showed that healthy lifestyle had a positive and significant effect on purchasing decisions and environmentally friendly behavior. Environmental awareness also had a positive and significant effect on purchasing decisions and environmentally friendly behavior. Meanwhile, environmentally friendly behavior had a negative but significant effect on purchasing decisions of Rosca Tumbler. The results of the indirect effect test showed that environmentally friendly behavior was unable to mediate the effect of healthy lifestyle and environmental awareness on purchasing decisions of Rosca Tumbler. Therefore, purchasing decisions of Rosca Tumbler among Generation Z in Bogor are more directly influenced by healthy lifestyle and environmental awareness, while environmentally friendly behavior has not played a role as a mediating variable.

Keywords : *Healthy Lifestyle, Environmental Awareness, Environmentally Friendly Behavior, Purchasing Decision.*

PENDAHULUAN

Permasalahan lingkungan hidup, khususnya sampah plastik, semakin menjadi perhatian karena penggunaannya yang tinggi dan sifatnya yang sulit terurai. Di Indonesia, proyeksi timbulan sampah nasional meningkat dari 65,7 juta ton pada 2017 menjadi 70,8 juta ton pada 2025, sedangkan timbulan sampah plastik meningkat dari 9,2 juta ton menjadi 9,9 juta ton pada periode yang sama (KLHK, 2024). Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya perubahan pola konsumsi menuju penggunaan produk yang lebih berkelanjutan. Hal ini didukung oleh Katadata Consumer Survey on Sustainability yang menunjukkan bahwa 60,5% konsumen membeli produk ramah lingkungan karena memiliki keinginan untuk menjaga kelestarian lingkungan.

Salah satu bentuk konsumsi berkelanjutan adalah penggunaan tumbler sebagai alternatif botol plastik sekali pakai. Tumbler tidak hanya berfungsi sebagai wadah minum, tetapi juga berkembang menjadi bagian dari gaya hidup sehat dan peduli lingkungan, khususnya di kalangan Generasi Z. Rosyihuddin dan Krisnawati (2025) menyatakan bahwa meningkatnya kerusakan lingkungan akibat sampah plastik mendorong generasi muda untuk mengubah pola konsumsi ke arah yang lebih ramah lingkungan. Salah satu merek yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah Tumbler Rosca karena produknya dapat digunakan secara berulang dan tersedia dalam berbagai model, ukuran, desain, serta warna. Penelitian Marzuq et al. (2026) juga menunjukkan bahwa variasi produk dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Tumbler Rosca.

Keputusan pembelian tumbler dapat berkaitan dengan gaya hidup sehat dan kesadaran lingkungan. Individu dengan gaya hidup sehat cenderung memperhatikan produk yang mendukung kesehatan dan dapat digunakan secara berulang, sedangkan kesadaran lingkungan mendorong konsumen untuk mempertimbangkan dampak penggunaan produk sekali pakai (Dewi et al., 2023; Cahyarani, 2018). Namun, tingginya kesadaran dan kepedulian terhadap lingkungan tidak selalu diwujudkan dalam tindakan nyata. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara kesadaran dan perilaku konsumen, sehingga perilaku ramah lingkungan dapat berperan sebagai penghubung yang mendorong konsumen menerapkan kepeduliannya melalui tindakan konsumsi yang lebih bertanggung jawab (Saputra & Agustini, 2024; Elafansa R & Hartono, 2023).

Penelitian terdahulu telah menunjukkan bahwa gaya hidup sehat dan kesadaran lingkungan berpengaruh terhadap keputusan pembelian tumbler. Akan tetapi, Dewi et al., (2023) menguji hubungan tersebut secara langsung tanpa mempertimbangkan perilaku ramah lingkungan sebagai variabel intervening. Penelitian lain juga lebih banyak membahas kesadaran lingkungan, sikap, niat pembelian, atau perilaku penggunaan produk ramah lingkungan. Sementara itu, penelitian yang menguji perilaku ramah lingkungan sebagai penghubung antara gaya hidup sehat dan kesadaran lingkungan terhadap keputusan pembelian masih terbatas. Penelitian yang secara khusus mengkaji Generasi Z pada produk Tumbler Rosca di Bogor juga masih jarang ditemukan.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini mempertanyakan apakah gaya hidup sehat dan kesadaran lingkungan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Tumbler Rosca pada Generasi Z di Bogor, baik secara langsung maupun melalui perilaku ramah lingkungan sebagai variabel intervening. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh langsung gaya hidup sehat dan kesadaran lingkungan terhadap keputusan pembelian, menguji pengaruh keduanya terhadap perilaku ramah lingkungan, serta menguji pengaruh perilaku ramah lingkungan terhadap keputusan pembelian dan perannya dalam memediasi hubungan gaya hidup sehat serta kesadaran lingkungan dengan keputusan pembelian Tumbler Rosca.

Penelitian ini memberikan kontribusi pada bidang manajemen pemasaran dan perilaku konsumen dengan mengembangkan kajian keputusan pembelian produk ramah lingkungan melalui penempatan perilaku ramah lingkungan sebagai variabel intervening. Selain itu, penelitian ini memberikan konteks empiris yang lebih spesifik pada Generasi Z dan produk Tumbler Rosca di Bogor, sehingga dapat melengkapi keterbatasan penelitian terdahulu yang belum banyak menguji hubungan tersebut secara terintegrasi.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan model kausalitas, yang melibatkan tiga jenis variabel, yaitu variabel independen, intervening, dan dependen. Subjek dalam penelitian ini adalah Generasi Z di Bogor yang telah membeli dan menggunakan Tumbler Rosca. Objek penelitian terdiri atas:

1. Gaya Hidup Sehat (X1)
2. Kesadaran Lingkungan (X2)
3. Perilaku Ramah Lingkungan (Z) sebagai variabel intervening
4. Keputusan Pembelian (Y) sebagai variabel dependen.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh langsung dan tidak langsung dari X1 dan X2 terhadap Y melalui Z. Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z di Bogor yang pernah membeli dan menggunakan Tumbler Rosca. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Kriteria responden dalam penelitian ini meliputi Generasi Z yang lahir pada tahun 1997–2012, berdomisili di Bogor, mengetahui Tumbler Rosca, serta pernah membeli Tumbler Rosca minimal satu kali. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 180 responden.

Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner tertutup. Kuesioner menggunakan skala Likert 5 poin untuk mengukur persepsi responden terhadap setiap pernyataan pada variabel penelitian. Pengumpulan data dilakukan secara daring (online) menggunakan kuesioner digital. Platform yang digunakan meliputi Google Form dan media sosial seperti WhatsApp, Tiktik, dan Instagram untuk menjangkau responden yang sesuai dengan kriteria penelitian. Data yang terkumpul kemudian dilakukan pemeriksaan dan pengolahan menggunakan SmartPLS Versi 4.0 atau Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) untuk menguji hubungan antarvariabel, baik pengaruh langsung maupun tidak langsung melalui variabel intervening.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Model Pengukuran (*outer model*)

Model pengukuran pada penelitian ini dievaluasi berdasarkan nilai uji validitas dengan menggunakan nilai *convergent validity (outer loadings), discriminant validity (cross loadings),* dan AVE. Serta nilai uji reliabilitas dengan menggunakan nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha.*

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Sebuah kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Convergent Validity

Nilai *convergent validity* adalah nilai loading factor pada variabel laten dengan indikator-indikatornya. *Convergent validity* dinilai berdasarkan korelasi antara *item score/compound score* dengan *construct score* yang dihitung dengan PLS. Ukuran reflektif dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari antara 0,50 hingga 0,60 dengan konstruk yang imgin diukur. Hasil pengujian *convergent validity* berdasarkan olah data sebagai berikut:

Tabel 1 Hasil Uji *Outer Loading*

	X1	Y	X2	Z
X1.1	0.871			
X1.2	0.881			
X1.3	0.894			
X1.4	0.803			
X2.1			0.880	
X2.2			0.837	
X2.3			0.900	
X2.4			0.855	
Y1		0.835		
Y2		0.821		
Y3		0.752		
Y4		0.820		
Y5		0.858		
Y6		0.811		
Z1				0.858
Z2				0.861
Z3				0.921
Z4				0.813

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4 (2026)

Berdasarkan data pada tabel 1, seluruh indikator (item pernyataan) pada variabel Gaya Hidup Sehat (X1), Kesadaran Lingkungan (X2), Perilaku Ramah Lingkungan (Z), dan Keputusan Pembelian (Y) memiliki loading factor lebih dari 0,50. Dengan demikian semua indikator memenuhi kriteria *convergent validity*.

Discriminant Validity

Discriminant validity dinyatakan terpenuhi apabila nilai *Average Variance Extracted* (AVE) suatu variabel lebih besar daripada nilai korelasinya dengan variabel lain, yang berarti variabel tersebut lebih kuat dalam menjelaskan indikatornya sendiri dibandingkan indikator dari variabel lain (Hair et al., 2022).

Tabel 2 *Discriminant Validity Fornell-Larcker Criterion*

	X1	Y	X2	Z
X1	**0.863**			
Y	0.494	**0.817**		
X2	0.345	0.380	**0.868**	
Z	0.608	0.316	0.675	**0.864**

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4 (2026)

Hasil uji *discriminant validity* menggunakan kriteria Fornell-Larcker menunjukkan bahwa nilai akar kuadrat AVE untuk variabel Gaya Hidup Sehat (0,863), Keputusan Pembelian (0,817), Kesadaran Lingkungan (0,868), dan Perilaku Ramah Lingkungan (0,864) seluruhnya lebih tinggi dibandingkan korelasi anatar variabel lainnya, sehingga memenuhi riteria syarat validitas diskriminan.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi pernyataan kuesioner terhadap indikator variabel menggunakan metode *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*, di mana suatu konstruk dinyatakan reliabel jika nilai *Composite Reliability* yang dihasilkan lebih besar dari 0,7 (Hair et al., 2022).

Tabel 3 Uji Reabilitas dengan Metode Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)
X1	0.885	0.888	0.921
Y	0.902	0.927	0.923
X2	0.892	0.907	0.925
Z	0.886	0.894	0.922

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4 (2026)

Hasil uji reliabilitas pada Tabel 3 menunjukkan bahwa variabel Gaya Hidup Sehat (0,888), Keputusan Pembelian (0,927), Kesadaran Lingkungan (0,907), dan Perilaku Ramah Lingkungan (0,894) meiliki nilai *Composite Reliability* di atas 0,7 sehingga memenuhi syarat reliabilitas yang baik. Selain itu, nilai *Cronbach's Alpha* untuk seluruh variabel yang juga melampaui 0,7 mengindikasikan adanya konsistensi internal yang kuat pada setiap indikator dalam mengukur variabelnya masing-masing.

Uji Multikolinearitas

Tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah variabel independen mempunyai hubungan timbal balik satu sama lain. Kriteria uji multikolinearitas adalah jika iliai VIF kurang dari 5. Berikut temuan uji multikolinearitas penelitian ini:

Tabel 4. Hasil Uji VIF

	VIF
X1.1	3.032
X1.2	2.996
X1.3	3.034
X1.4	2.080
X2.1	2.951
X2.2	2.098
X2.3	2.663
X2.4	2.355
Y1	2.722
Y2	2.337
Y3	1.931
Y4	2.279
Y5	2.530

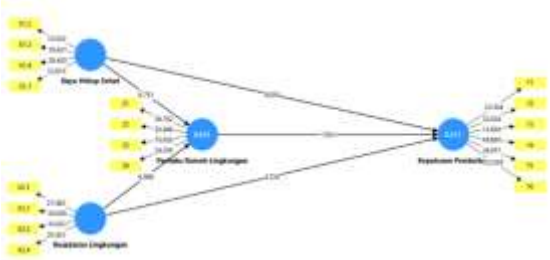
	VIF
Y6	2.689
Z1	2.344
Z2	2.331
Z3	3.382
Z4	2.041

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4 (2026)

Hasil uji multikolinearitas pada Tabel 4 menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) antara 1,931 hingga 3,382, yang berada di bawah ambang batas umum sehingga mengindikasikan tidak adanya masalah multikolinearitas dalam model penelitian ini.

Model Sturktural (*inner model*)

Untuk menguji variabel laten terhadap variabel laten lainnya dan mengetahui apakah variabel tersebut mempunyai pengaruh satu sama lain, maka dalam penelitian ini digunakan model struktural yang disebut juga inner model. Pengujian ini dilakukan dengan *path coefficients*, uji *goodness of fit*, dan uji hipotesis. Berikut hasil analisis model penelitian internal berbasis *bootstrapping*:



Gambar 1. Hasil Uji Bootsraping

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4 (2026)

Hubungan antar konstruk nilai signifikan dan R-Square model penelitian diuji melalui inner model atau model struktural. Signifikansi koefisien parameter jalur struktural, uji t, dan R-Square untuk konstruk dependen digunakan untuk menilai model struktural.

R2 (R-*Square*)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen memengaruhi variabel dependen, di mana nilai 0,75 mengindikasikan model yang kuat, 0,50 moderat, dan 0,25 tergolong lemah. Berikut merupakan tabel hasil pengolahan data:

Tabel 5 Hasil Uji R-Square

	R-Square	R-Square Adjusted
Z	0.615	0.610
Y	0.317	0.306

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4 (2026)

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 5, variabel Perilaku Ramah Lingkungan memiliki nilai R-Square sebesar 0,615 (61,5%), sementara variabel Keputusan Pembelian memiliki nilai R-Square sebesar 0,317 (31,7%), yang menunjukkan bahwa variasi Perilaku Ramah Lingkungan dipengaruhi secara signifikan oleh Gaya Hidup Sehat dan Kesadaran Lingkungan, sedangkan variasi Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh Gaya Hidup Sehat, Kesadaran Lingkungan, dan

Perilaku Ramah Lingkungan. Nilai R-Square yang tergolong sedang hingga lemah ini mengindikasikan bahwa model penelitian memiliki kemampuan prediktif yang cukup baik dalam menjelaskan kedua variabel dependen tersebut, dengan sisa persentase dipengaruhi oleh faktor lain di luar model.

Q2 (Q-*Square*)

Penilaian *goodness of fit* dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Q-*Square* yang memperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Q2 (Q-*Square*)

	Q2 predict
Perilaku Ramah Lingkungan (Z)	0.600
Keputusan Pembelian (Y)	0.276

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4 (2026)

Hasil analisis Q2 menunjukkan bahwa variabel Keputusan Pembelian memiliki nilai 0,276 dan Perilaku Ramah Lingkungan sebesar 0,600, di mana kedua nilai positif tersebut mengonfirmasi bahwa model memiliki relevansi prediktif terhadap konstruk endogen. Nilai Q2 tertinggi pada Perilaku Ramah Lingkungan mengindikasikan bahwa variabel Gaya Hidup Sehat, Kesadaran Lingkungan, dan Keputusan Pembelian secara kolektif memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menjelaskan dan memprediksi minat menabung responden.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini mengevaluasi pengaruh Gaya Hidup Sehat (X1), Kesadaran Lingkungan (X2), Perilaku Ramah Lingkungan (Z) terhadap Keputusan Pembelian (Y) melalui analisis *path coefficient*. Berdasarkan kriteria (Hair et al., 2022), keputusan hipotesis diambil jika nilai *t-statistics* berada di atas 1,65 dan *p-values* di bawah level signifikan 0,005 (5%).

Pengaruh Langsung (*Direct Effect)*

Uji direct effect dilakukan untuk mengetahui hubungan yang menghubungkan dua konstruk dengan satu panah. Berikut merupakan tabel hasil pengolahan data:

Tabel 7 Hasil Uji Pengaruh Langsung

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
Gaya Hidup Sehat -> Keputusan Pembelian	0.516	0.520	0.057	9.038	0.000
Gaya Hidup Sehat -> Perilaku Ramah Lingkungan	0.426	0.428	0.063	6.751	0.000
Kesadaran Lingkungan -> Keputusan Pembelian	0.368	0.373	0.078	4.726	0.000
Kesadaran Lingkungan -> Perilaku Ramah Lingkungan	0.528	0.523	0.076	6.968	0.000
Perilaku Ramah Lingkungan -> Keputusan Pembelian	-0.247	-0.246	0.124	1.985	0.047

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4 (2026)

Berdasarkan data pada Tabel 7, dapat dijelaskan hasil penelitian pengaruh langsung antar variabel sebagai berikut:

H1: Gaya Hidup Sehat (X1) → Keputusan Pembelian (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gaya Hidup Sehat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai t-statistik 9,038 (>1,96), p-value 0,000 (<0,05), dan koefisien jalur 0,516. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi gaya hidup sehat, semakin kuat pula keputusan pembelian konsumen terhadap tumbler Rosca. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan gaya hidup sehat dapat mendorong konsumen untuk memilih tumbler sebagai salah satu produk yang mendukung kebiasaan hidup sehat sekaligus mengurangi penggunaan botol plastik sekali pakai. Dengan demikian, Gaya Hidup Sehat menjadi salah satu faktor yang dapat meningkatkan keputusan pembelian tumbler Rosca dan H1 diterima.

H2: Gaya Hidup Sehat (X1) → Perilaku Ramah Lingkungan (Z)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gaya Hidup Sehat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Ramah Lingkungan dengan nilai t-statistik 6,751 (>1,96), p-value 0,000 (<0,05), dan koefisien jalur 0,426. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi gaya hidup sehat, semakin kuat pula perilaku ramah lingkungan yang dilakukan individu. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup sehat tidak hanya berkaitan dengan upaya menjaga kesehatan, tetapi juga dapat mendorong individu untuk menerapkan kebiasaan yang lebih peduli terhadap lingkungan, seperti menggunakan tumbler sebagai alternatif pengganti botol plastik sekali pakai. Dengan demikian, Gaya Hidup Sehat dapat mendorong terbentuknya Perilaku Ramah Lingkungan dan H2 diterima.

H3: Kesadaran Lingkungan (X2) → Keputusan Pembelian (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kesadaran Lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai t-statistik 4,726 (>1,96), p-value 0,000 (<0,05), dan koefisien jalur 0,368. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kesadaran lingkungan, semakin kuat pula keputusan pembelian konsumen terhadap tumbler Rosca. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang memiliki pemahaman dan kepedulian terhadap permasalahan lingkungan cenderung mempertimbangkan aspek lingkungan dalam menentukan produk yang akan dibeli, termasuk tumbler Rosca sebagai produk yang dapat digunakan secara berulang untuk mengurangi penggunaan botol plastik sekali pakai. Dengan demikian, Kesadaran Lingkungan dapat meningkatkan keputusan pembelian tumbler Rosca dan H3 diterima.

H4: Kesadaran Lingkungan (X2) → Perilaku Ramah Lingkungan (Z)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kesadaran Lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Ramah Lingkungan dengan nilai t-statistik 6,968 (>1,96), p-value 0,000 (<0,05), dan koefisien jalur 0,528. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kesadaran lingkungan, semakin kuat pula perilaku ramah lingkungan yang dilakukan individu. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman dan kepedulian terhadap kelestarian lingkungan dapat mendorong individu untuk melakukan tindakan nyata yang lebih ramah lingkungan, seperti menggunakan tumbler secara berulang untuk mengurangi penggunaan dan sampah plastik. Nilai koefisien jalur sebesar 0,528 juga menunjukkan bahwa Kesadaran Lingkungan menjadi faktor yang lebih dominan dalam membentuk Perilaku Ramah Lingkungan dibandingkan Gaya Hidup Sehat. Dengan demikian, Kesadaran Lingkungan dapat memperkuat Perilaku Ramah Lingkungan dan H4 diterima.

H5: Perilaku Ramah Lingkungan (Z) → Keputusan Pembelian (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perilaku Ramah Lingkungan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai t-statistik 1,985 (>1,96), p-value 0,047

(<0,05), dan koefisien jalur -0,247. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi perilaku ramah lingkungan, semakin rendah pula keputusan pembelian konsumen terhadap tumbler Rosca. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku ramah lingkungan yang dimiliki konsumen tidak selalu secara langsung mendorong keputusan untuk membeli tumbler Rosca karena keputusan pembelian juga dapat dipengaruhi oleh faktor lain, seperti harga, desain, kualitas, preferensi merek, dan daya beli konsumen. Dengan demikian, Perilaku Ramah Lingkungan memiliki pengaruh negatif terhadap Keputusan Pembelian dan H5 diterima.

Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

Uji indirect effect dilakukan untuk mengetahui hubungan yang melibatkan rangkaian hubungan dengan setidaknya satu konstruk intervening yang terlibat. Berikut merupakan tabel hasil pengolahan data:

Tabel 8. Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
Gaya Hidup Sehat -> Perilaku Ramah Lingkungan -> Keputusan Pembelian	-0.105	-0.104	0.054	1.935	0.053
Kesadaran Lingkungan -> Perilaku Ramah Lingkungan -> Keputusan Pembelian	-0.130	-0.132	0.074	1.754	0.080

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4 (2026)

Berdasarkan data pada Tabel 8, dapat dijelaskan hasil penelitian pengaruh tidak langsung antar variabel sebagai berikut:

H6: Gaya Hidup Sehat (X1) → Perilaku Ramah Lingkungan (Z) → Keputusan Pembelian (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gaya Hidup Sehat tidak berpengaruh secara tidak langsung terhadap Keputusan Pembelian melalui Perilaku Ramah Lingkungan dengan nilai t-statistik 1,935 (<1,96), p-value 0,053 (>0,05), dan koefisien pengaruh tidak langsung -0,105. Temuan ini menunjukkan bahwa Perilaku Ramah Lingkungan belum mampu memediasi hubungan antara Gaya Hidup Sehat dan Keputusan Pembelian Tumbler Rosca. Meskipun Gaya Hidup Sehat berpengaruh positif terhadap Perilaku Ramah Lingkungan dan Keputusan Pembelian, pengaruh tersebut belum mampu diteruskan melalui Perilaku Ramah Lingkungan. Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), keputusan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh perilaku, tetapi juga sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Hasil ini berbeda dengan Oktavia, Puruwita, dan Monoarfa (2025) yang menunjukkan bahwa health consciousness dapat memengaruhi purchase intention melalui customer attitude, serta Dewi et al. (2023) yang menemukan pengaruh gaya hidup sehat terhadap keputusan pembelian tumbler. Dengan demikian, Perilaku Ramah Lingkungan tidak mampu memediasi pengaruh Gaya Hidup Sehat terhadap Keputusan Pembelian Tumbler Rosca, sehingga H6 ditolak.

H7: Kesadaran Lingkungan (X2) → Perilaku Ramah Lingkungan (Z) → Keputusan Pembelian (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kesadaran Lingkungan tidak berpengaruh secara tidak langsung terhadap Keputusan Pembelian melalui Perilaku Ramah Lingkungan dengan nilai t-statistik 1,754 (<1,96), p-value 0,080 (>0,05), dan koefisien pengaruh tidak langsung -0,130. Temuan ini menunjukkan bahwa Perilaku Ramah Lingkungan belum mampu memediasi hubungan antara Kesadaran Lingkungan dan Keputusan Pembelian Tumbler Rosca. Meskipun Kesadaran Lingkungan berpengaruh positif terhadap Perilaku Ramah Lingkungan, perilaku tersebut belum cukup kuat untuk meneruskan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), keputusan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh kesadaran dan perilaku, tetapi juga sikap, norma subjektif, serta persepsi kontrol perilaku. Hasil ini berbeda dengan Gabriella dan Sugiarto (2020) serta Syahrivar (2019) yang menunjukkan adanya pengaruh kesadaran lingkungan terhadap perilaku dan keputusan pembelian produk ramah lingkungan. Nurahman et al., (2025) dan Mathori dan Chasanah (2025) juga menunjukkan bahwa variabel mediasi dapat memperkuat hubungan kesadaran lingkungan dengan keputusan pembelian. Dengan demikian, Perilaku Ramah Lingkungan tidak mampu memediasi pengaruh Kesadaran Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian Tumbler Rosca, sehingga H7 ditolak.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Gaya hidup sehat berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap keputusan pembelian Tumbler Rosca.
2. Gaya hidup sehat berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap perilaku ramah lingkungan.
3. Kesadaran lingkungan berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap keputusan pembelian.
4. Kesadaran lingkungan berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap perilaku ramah lingkungan.
5. Perilaku ramah lingkungan berpengaruh negatif namun signifikan terhadap keputusan pembelian Tumbler Rosca.
6. Perilaku ramah lingkungan tidak mampu memediasi pengaruh gaya hidup sehat terhadap keputusan pembelian Tumbler Rosca.
7. Perilaku ramah lingkungan tidak mampu memediasi pengaruh kesadaran lingkungan terhadap keputusan pembelian Tumbler Rosca.

DAFTAR PUSTAKA

Aini Nabilah Marzuq, Damajanti Sri Lestari, Liling Listyawati, & Dian Ferriswara. (2026). The Effects of Product Variety and Price Perception on Purchase Decisions: Evidence from ROSCA Tumbler Consumers on the Shopee Marketplace. *International Journal of Economics, Commerce, and Management*, *3*(1), 84–97.

Annur, C. M. (2024). Timbulan Sampah Plastik Indonesia Terus Meningkat Hampir Sedekade. In

Databoks Katadata. https://databoks.katadata.co.id/lingkungan/statistik/fb170ca1688b4f1/timbulan-sampah-plastik-indonesia-terus-meningkat-hampir-sedekade

Aulia, D., Siswadi, A. G. P., & Abidin, F. A. (2024). Gambaran gaya hidup sehat dewasa Indonesia dalam perspektif sosiodemografi. *Journal of Psychological Science and Profession*, *8*(2), 168–176. https://doi.org/10.24198/jpsp.v8i2.56417

Dewi, N. L. P. I. K., Anggraini, N. P. N., & Jodi, I. W. G. A. S. (2023). Pengaruh Kesadaran Produk Ramah Lingkungan, Gaya Hidup Sehat, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tumbler Lion Star di Denpasar. *EMAS*, *4*(10), 2459–2473. https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/8289

Elafansa R, S., & Hartono, A. (2023). Pengaruh Sikap Ramah Lingkungan, Kepedulian Lingkungan dan Afeksi Lingkungan Terhadap Pembelian Produk Hijau. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, *11*(2), 1195–1206. https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i2.3735

Firmansyah, I. (2019). Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, harga dan brand image terhadap keputusan pembelian Kober Mie Setan di Kota Malang. *MBR (Management and Business Review)*, *3*(2), 116–123. https://doi.org/10.21067/mbr.v3i2.4723

Fubani, A., Diheim, M., Makhya, N., & Velasufah, W. (2024). Pengetahuan dan perilaku ramah lingkungan mahasiswa. *Journal of Character and Environment*, *1*(2). https://doi.org/10.61511/jocae.v1i1.2024.478

Gabriella, D. A., & Sugiarto, A. (2020). Kesadaran dan Perilaku Ramah Lingkungan Mahasiswa di Kampus. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, *9*(2), 260–275. https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v9i2.21061

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage.

Ikhsani, K., & Ali, H. (2017). Keputusan pembelian: Analisis kualitas produk, harga dan brand awareness (Studi kasus produk teh botol sosro di Giant Mall Permata Tangerang). *SWOT*, *7*(3), 523–541.

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.

Junita, S., Halim, A., & Marlina, M. (2016). Penerapan Pendekatan Sains Teknologi Masyarakat (STM) Untuk Meningkatkan Kesadaran Siswa Terhadap Lingkungan Pada Pembelajaran Kimia Materi Asam Basa. *Jurnal Pendidikan Sains Indonesia (Indonesian Journal of Science Education)*, *4*(1). https://jurnal.usk.ac.id/JPSI/article/view/6590/10445

Mathori, M., & Chasanah, U. (2025). Peran Kesadaran Lingkungan dalam Pembelian Produk Hijau: Studi Kasus di Retail Modern Yogyakarta. *Kajian Bisnis*, *33*(2), 154–173. https://doi.org/10.32477/jkb.v33i2.1212

Meitiana, M. (2017). Perilaku Pembelian Konsumen: Sebuah Tinjauan Literatur Theory of Planned Behavior. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, *13*(1), 16. https://doi.org/10.21067/jem.v13i1.1762

Nurahman, M. R., Akbar, A., Suprapto, H., & Erwinsyah, E. (2025). Purchasing Decisions on Eco-Friendly Products: A Study on Reusable Tumblers. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, *9*(3). https://doi.org/10.29408/jpek.v9i3.33289

Oktavia, F., Puruwita, D., & Monoarfa, T. A. (2025). Pengaruh Green Product, Green Price, dan Health Consciousness Terhadap Purchase Intention Melalui Customer Attitude Sebagai Variabel Mediasi Pada Konsumen Produk Tumbler Ramah Lingkungan Di DKI Jakarta.

Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi, *2*(4). https://doi.org/10.61722/jrme.v2i4.5871

Priyanto, P. H. (2014). Subjective well-being pada remaja ditinjau dari kesadaran lingkungan. *Psikodimensia*, *13*(1), 10. https://journal.unika.ac.id/index.php/psi/article/view/274/265

Rosyihuddin, M., & Krisnawati, W. (2025). GREEN WORD OF MOUTH, GREEN KNOWLEDGE, GREEN VALUE, DAN PURCHASE INTENTION PRODUK TUMBLER PADA GENERASI Z. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, *8*(1), 35–48. https://doi.org/10.30587/jre.v8i1.10400

Safitri, D., & Setiyarini, T. (2023). Pengaruh Kesadaran Lingkungan, Sikap Konsumen dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan Botol Tumbler (Studi Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura). *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, *3*(4). https://doi.org/10.21107/jkim.v3i4.21382

Safitri, R. T., Rohmawati, Z., & Sudyasih, T. (2025). *Determinan Perilaku Gaya Hidup Sehat: Analisis Hubungan Antara Pengetahuan dan Sikap pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta*. https://doi.org/10.31004/jkt.v7i1.54822

Saputra, A. R., & Sueb, S. (2020). Hubungan Etika Lingkungan dan Kesadaran Lingkungan Mahasiswa Universitas Negeri Malang: The Relation of Environmental Ethics and Environmental Awareness of Students of Universitas Negeri Malang. *Jurnal Psikologi Jambi*, *5*(1), 31–36. https://doi.org/10.22437/jpj.v6iJuli.11743

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. CV. Alfabeta.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. CV. Alfabeta.

Syahrivar, J. (2019). Pengaruh Kesadaran Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Ramah Lingkungan di Kawasan Industri Cikarang. *Jurnal Manajemen*, *7*(1). https://jurnal.kwikkiangie.ac.id/index.php/JM/article/view/478

Trisnawati, N., Firmanda, R., & Ruwaida, R. (2019). No Title. *IKRAITH-EKONOMIKA*, *3*(1), 102–110. https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/642

Wardhani, K. E. K., Puruwita, D., & Krissanya, N. (2025). Pengaruh Efikasi Diri, Sikap, dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Niat Berwirausaha Siswa SMKN 48 Jakarta. *JAE (Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi)*, *10*(1), 124–143. https://doi.org/10.29407/jae.v10i1.25746