

**PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, PERSEPSI KONTROL  
PERILAKU, DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP *GREEN  
CONSUMER BEHAVIOR***



**TESIS  
DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR  
MAGISTER EKONOMI ISLAM**

**OLEH:**

**MOH. NUR KHABIB KHASAN**

**NIM: 21208012006**

**PEMBIMBING:**

**PROF. DR. H. SYAFIQ MAHMADAH HANAFI, M. AG**

**PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2024**



## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-204/Un.02/DEB/PP.00.9/01/2024

Tugas Akhir dengan judul : **PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, PERSEPSI KONTROL PERILAKU, DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP GREEN CONSUMER BEHAVIOR**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : **MOH. NUR KHABIB KHASAN, S.E**  
Nomor Induk Mahasiswa : **21208012006**  
Telah diujikan pada : **Kamis, 25 Januari 2024**  
Nilai ujian Tugas Akhir : **A/B**

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Prof. Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag.  
SIGNED

Valid ID: 65b47deb9749d



Penguji I

Dr. Darmawan, SPd.,MAB  
SIGNED

Valid ID: 65b3bfd362c3c



Penguji II

Dr. Abdul Haris, M.Ag.  
SIGNED

Valid ID: 65b482b390eac



Yogyakarta, 25 Januari 2024  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.  
SIGNED

Valid ID: 65b71745ee967

## HALAMAN PERSETUJUAN TESIS

Hal : Tesis Saudara Moh. Nur Khabib Khasan

Kepada

**Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta**

Di Yogyakarta

*Assalamualaikum, Wr.Wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa tesis saudara:

Nama : Moh. Nur Khabib Khasan

NIM : 21208012006

Judul Tesis : Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku, dan Lingkungan Sosial Terhadap *Green Consumer Behavior*

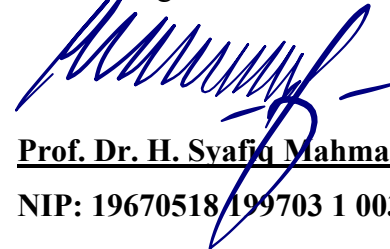
Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar magister dalam Ilmu ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar tesis saudara tersebut dapat segera dimunaqosyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum Wr.Wb*

Yogyakarta , 12 Januari 2024

Pembimbing



**Prof. Dr. H. Svafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag**

**NIP: 19670518/199703 1 003**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Moh. Nur Khabib Khasan

NIM : 21208012006

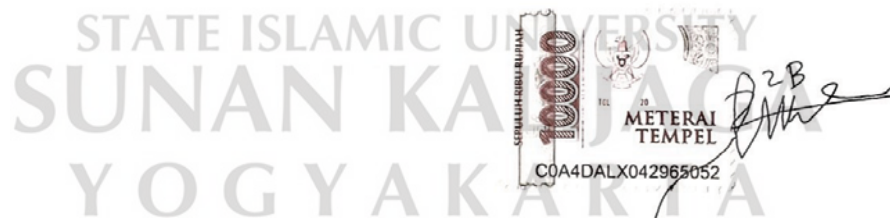
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa tesis saya yang berjudul **“Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku, dan Lingkungan Sosial Terhadap *Green Consumer Behavior*”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *body note* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi dan dipergunakan sebagaimana perlunya.

Yogyakarta, 12 Januari 2024

Penyusun,



Moh. Nur Khabib Khasan

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Moh. Nur Khabib Khasan  
NIM : 21208012006  
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*non-exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, PERSEPSI KONTROL PERILAKU, DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP *GREEN CONSUMER BEHAVIOR*”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 12 Januari 2024

Hormat saya,



Moh. Nur Khabib Khasan

## HALAMAN MOTTO

Boleh tidak bisa, tapi tidak boleh malas

(KH. Aguk Irawan)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Alhamdulillahirabbil'alamin*

Tesis ini penulis persembahkan untuk:

1. Almamater UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Program Studi Magister Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
3. Bapak dan ibu penulis, yang telah mampu dalam hal materi maupun non materi, untuk keberhasilan penulis dalam menyelesaikan studi



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi huruf Arab ke dalam huruf latin yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 05936/U/1987.

### I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	be
ت	Ta'	T	te
ث	Sa'	ṣ	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	j	je
ح	Ha'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	kh	ka dan ha
د	Dal	d	de
ذ	Zal	ẓ	zet (dengan titik di atas)



ر	Ra'	r	er
ز	Za'	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fa'	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	'l	'el

م	mim	'm	'em
ن	nun	'n	'en
و	waw	w	w
هـ	ha'	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya	Y	ye

## II. Konsonan Rangkap Karena *Syaddah* ditulis rangkap

متعددة	ditulis	Muta'addidah
عدة	ditulis	'iddah

## III. *Ta'marbutah* di akhir kata

- a. Bila dimatikan ditulis h

حكمة	ditulis	<i>hikmah</i>
جزية	ditulis	<i>jizyah</i>

- b. Bila diikuti dengan kata sandang ‘al’ serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis *h*

كرامة الأولياء	Ditulis	<i>Karāmah al-auliya'</i>
----------------	---------	---------------------------

- c. Bila ta'marbutah hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis *t*

زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakātul fiṭri</i>
------------	---------	----------------------

#### IV. Vokal Pendek

◌َ	fathah	ditulis	<i>a</i>
◌ِ	kasrah	ditulis	<i>i</i>
◌ُ	dammah	ditulis	<i>u</i>

## V. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif جاهلية	ditulis	<i>ā jāhiliyyah</i>
2.	Fathah + ya' mati تنسى	ditulis	<i>ā tansā</i>
3.	Kasrah + ya' mati كريم	ditulis	<i>ī karīm</i>
4.	Dammah + wawu mati فروض	ditulis	<i>ū furūḍ</i>

## VI. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya mati بينكم	ditulis	<i>ai</i>
2.	Fathah + wawu mati قول	ditulis	<i>au</i>
		ditulis	<i>qaul</i>

**VII. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof**

أَنْتُمْ	ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدَّتْ	ditulis	<i>'u'iddat</i>
لَنْ نَشْكُرَكُمْ	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

**VIII. Kata sandang Alif + Lam**

- a. Bila diikuti huruf *Qomariyah* ditulis *L (el)*

الْقُرْآن	<i>Ditulis</i>	<i>Al-Qur'ān</i>
الْقِيَّاس	<i>Ditulis</i>	<i>Al-Qiyās</i>

- b. Bila diikuti huruf *Syamsiyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l (el)*nya.

السَّمَاءِ	ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشَّمْسِ	ditulis	<i>Asy-Syams</i>

## IX. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

ذوي الفروض	ditulis	<i>Zawi al-furūd</i>
أهل السنة	ditulis	<i>Ahl as-Sunnah</i>

## X. Pengecualian

**Sistem transliterasi ini tidak berlaku pada:**

- Kosa kata Arab yang lazim dalam Bahasa Indonesia dan terdapat dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, misalnya: Al-Qur'an, hadits, mazhab, syariat, lafaz.
- Judul buku yang menggunakan kata Arab, namun sudah dilatinkan oleh penerbit, seperti judul buku *Al-Hijab*.
- Nama pengarang yang menggunakan nama Arab, tapi berasal dari negara yang menggunakan huruf latin, misalnya Quraish Shihab, Ahmad Syukri Soleh.
- Nama penerbit di Indonesia yang menggunakan kata Arab, misalnya Toko Hidayah, Mizan.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بِسْمِ اللَّهِ مَا شَاءَ اللَّهُ لَا يَسُوقُ الْخَيْرَ إِلَّا اللَّهُ بِسْمِ اللَّهِ مَا شَاءَ اللَّهُ لَا يَصْرِفُ السُّوءَ إِلَّا اللَّهُ بِسْمِ

اللَّهِ مَا شَاءَ اللَّهُ مَا كَانَ مِنْ نِعْمَةٍ فَمِنْ اللَّهِ بِسْمِ اللَّهِ مَا شَاءَ اللَّهُ لَا حَوْلَ وَلَا قُوَّةَ إِلَّا بِاللَّهِ الْعَلِيِّ

الْعَظِيمِ

Segala puji hanyalah milik Allah Swt., atas segala limpahan karunia, nikmat, serta inayahnya sehingga pada akhir tesis ini dapat terselesaikan. Salawat serta salam, kita haturkan kepada Rasulullah Saw., keluarga, sahabat dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Proses penulisan tesis ini memang tidaklah mudah, penulis menyadari masih banyak sekali kekurangan yang disebabkan oleh terbatasnya pengetahuan dan pengalaman penulis, sehingga bisa dikatakan bahwa tesis ini jauh dari kata sempurna. Selanjutnya, tesis dengan judul **Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku, dan Lingkungan Sosial Terhadap Green Consumer Behavior** ini dapat terselesaikan dengan adanya dukungan dan dorongan dari banyak pihak, baik itu dukungan secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis tidak lupa menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A, selaku rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.A., selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Muhammad Ghafur Wibowo, S.E., M.Sc, selaku Ketua Program Studi Magister Ekonomi Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.



4. Bapak Dr. Joko Setyono, S.E., M.Si, selaku Sekretaris Program Studi Magister Ekonomi Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. Bapak Prof. Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag, selaku dosen pembimbing tesis yang senantiasa memberikan bimbingan, arahan, nasihat, kritik, dan saran dalam menyelesaikan penulisan tesis ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Terkhusus Program Studi Magister Ekonomi Syariah yang telah mengajarkan kami, memberikan pengetahuan yang luas dan ilmu yang bermanfaat untuk kedepannya.
7. Seluruh Staff Tata Usaha (TU) dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
8. Kedua orang tua penulis, Ayahanda Ahmad Sunhaji, Ibu Safi'ah, dan saudara perempuan, Lailatul Munawwaroh, semoga Allah memberi kesehatan lahir batin, memberi umur panjang dan barakah, mengampuni dosa-dosanya, serta membalas amal kebajikannya.
9. Guru dan orang tua penulis di pondok, Dr. K.H. Aguk Irawan, Lc., M.A dan Ibu Nyai Rohinah M. Noor, M.Pd selaku pengasuh Ponpes Kreatif Baitul Kilmah, yang telah menampung penulis untuk belajar ilmu agama dan ilmu kepenulisan.
10. Saudara-saudara penulis di Ponpes Kreatif Baitul Kilmah yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, penulis ucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya yang setiap hari telah memberikan semangat serta motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Seluruh saudara saya kelas A MES. Terima kasih telah saling mendukung dan bekerja sama untuk mencapai tujuan kita bersama. Semoga tesis kalian sukses dan memberikan kontribusi positif bagi bidang ekonomi Islam. Sukses selalu!

Akhirnya, penulis hanya bisa berdoa dan berharap, semoga pihak yang tersebut di atas senantiasa dalam lindungan Allah Swt, semua amal kebajikan mendapat balasan dari Allah Swt, serta skripsi ini ada guna dan manfaatnya. Terakhir yang penulis sampaikan adalah, penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya, apabila dalam skripsi ini ada kekeliruan dalam penulisan nama, gelar akademik maupun non akademik, serta bila dirasa ada kelancangan dalam menyebutkan nama, sekali lagi penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya.

Yogyakarta, 12 Januari 2024

Penyusun,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

  
Moh. Nur Khabib Khasan

## DAFTAR ISI

<b>HALAMANJUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN TESIS .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xxi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xxii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xxiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Pembahasan .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>9</b>
A. <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	9
B. Lingkungan Sosial .....	14
C. Konsumsi dalam Islam .....	15
D. <i>Green Consumer Behavior</i> .....	17
E. Kajian Pustaka .....	21

F. Pengembangan Hipotesis.....	26
G. Kerangka Konseptual .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
A. Jenis Penelitian .....	31
B. Populasi dan Sampel.....	31
C. Teknik Pengumpulan Data .....	33
D. Definisi Operasional Variabel .....	34
E. Teknik Analisis Data .....	36
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>44</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	44
B. Karakteristik Responden.....	44
C. Analisis Data .....	49
D. Pembahasan .....	60
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>69</b>
A. Kesimpulan.....	69
B. Keterbatasan Penelitian dan Saran .....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>71</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skor Skala Likert .....	33
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel .....	34
Tabel 4.1 Karakteristik Responden .....	45
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas .....	49
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas .....	51
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas .....	52
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas .....	53
Tabel 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	54
Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Berganda .....	55
Tabel 4.8 Hasil Uji R <i>Square</i> .....	57
Tabel 4.9 Hasil Uji T (Parsial) .....	58
Tabel 4.10 Hasil Uji F (Simultan) .....	60

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual ..... 30



## ABSTRAK

*Green consumer behavior* merupakan tindakan perilaku konsumen dalam menerapkan pengetahuan sikap ramah lingkungan. Penelitian ini bermaksud untuk menguji pengaruh sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, dan lingkungan sosial terhadap *green consumer behavior*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data primer. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada para santri di Povinsi DIY, dengan jumlah sampel 160 orang. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis data dengan menggunakan *software* SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh variabel norma subjektif dan lingkungan sosial terhadap *green consumer behavior*. Sementara untuk variabel sikap dan persepsi kontrol perilaku tidak berpengaruh terhadap *green consumer behavior*.

**Kata Kunci:** TPB, *Green Consumer Behavior*, Perilaku, Konsumsi.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



## ***ABSTRACT***

*Green consumer behavior is a consumer behavior in demonstrating environment friendly attitudes. This research intends to examine the influence of attitudes, subjective norms, perceived behavioral control, and social environment on green consumer behavior. This research uses a quantitative approach using primary data. Data was obtained through distributing questionnaires to students in DIY Province, with a sample size of 160 people. Multiple linear regression analysis was used to analyze the data using SPSS 25 software. The results of this research show the influence of subjective norm variables and the social environment on green consumer behavior. Meanwhile, the attitude and perceived behavioral control variables have no effect on green consumer behavior*

***Keywords: TPB, Green Consumer Behavior, Behavior, Consumption.***



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Tujuan konsumsi adalah untuk mendapatkan rasa puas atas penggunaan barang dan jasa, serta mencapai tingkat kemakmuran (Astuti, 2016). Perilaku konsumsi diistilahkan dengan suatu tindakan yang dilakukan oleh konsumen untuk mendapatkan produk serta menggunakannya sesuai dengan kadar kebutuhan (Schiffman, Leon dan Kanuk, 2014). Manusia memiliki upaya memenuhi keinginan konsumsinya untuk memperoleh rasa puas yang dirasakan adalah dampak dari sikap tindakan sebagai konsumen. Secara mendasar, perilaku merupakan *output* dari suatu kebiasaan di lingkungan rumah maupun lingkungan masyarakat (Wahyuni, 2009; Siagian, 2021).

Ilmu pengetahuan dan teknologi telah berdampak begitu besar dalam kehidupan manusia. Gaya hidupnya banyak ditandai dengan pemakaian produk berbahan kimia yang dapat menambah produksi limbah berbahaya, dan akan berdampak pada lingkungan hidup. Telah menjadi satu kesatuan, bahwa lingkungan hidup di dalamnya mencakup seluruh benda, keadaan, perilaku, yang juga akan memengaruhi kehidupan makhluk lain (Utami, 2020).

Diungkapkan oleh Kotler & Keller, (2008) sikap pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya faktor budaya, sosial,

pribadi dari konsumen. Termasuk faktor yang dapat memengaruhi pribadi seseorang untuk melakukan kegiatan membeli produk dan konsumsi adalah faktor lingkungan sosial mereka. Sari *et al.*, (2020) mengungkapkan, kebanyakan konsumen melakukan aktivitas konsumsi karena untuk keinginannya belaka, bukan berdasarkan kebutuhan.

Cepatnya pertumbuhan ekonomi berdampak pada eksploitasi sumber daya alam (SDA) secara berlebihan, sehingga menyebabkan kerusakan lingkungan. Diungkapkan oleh Biswas & Roy, (2015) bahwa pengaruh dari kerusakan lingkungan dapat berupa pemanasan global, penurunan kualitas lingkungan (tanah, udara dan air), serta berpengaruh pula terhadap penurunan tingkat kehidupan sosial dan kesehatan. Menurut Kotler & Keller, (2008) ada beberapa faktor yang dapat memengaruhi perilaku konsumen, yaitu faktor kultural, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis.

Perilaku konsumsi hijau atau *green consumer behavior* pada penelitian ini berfokus terhadap perilaku belanja *online* maupun *offline* dengan studi kasus pada para santri di pondok pesantren. Pondok pesantren menjadi asrama atau tempat tinggal para murid (santri) untuk mengenyam pendidikan Islam tradisional dari seorang kiai (guru) (Muslihun, 2017; Farliana *et al.*, 2021). Kelebihannya ada pada kemampuan dalam mencetak sikap individu yang universal, dan merata yang diikuti oleh semua santri, sehingga santri dapat menjadi mandiri dan tidak bergantung kepada siapa dan lembaga masyarakat mana pun (Maharani *et al.*, 2016).

Didukung dengan pesatnya dunia digital di era sekarang, semakin marak masyarakat yang membeli barang tidak untuk mendapatkan nilai kemanfaatannya, melainkan juga terpengaruh oleh lingkungan mereka (Sari *et al.*, 2020). Sehingga para santri juga terkena dampaknya (Ihsan & Mukrimah, 2023). Maka dari situ dibutuhkan pengujian pengetahuan tentang *theory of planned behavior* dan lingkungan sosial santri untuk permasalahan tersebut. Sebagaimana disebutkan oleh Ajzen, (1991) dan Tukiran *et al.*, (2018) bahwa *theory of planned behavior* terkait dengan intensitas perilaku seseorang. Annajah & Falah, (2017) juga menyatakan, lingkungan sosial menjadi faktor penting seseorang untuk bertindak melakukan sesuatu.

Pelestarian lingkungan saat ini menjadi prioritas utama di berbagai negara, termasuk Indonesia. Keseriusan mengenai hal ini, membuat pemerintah Indonesia akan mewujudkannya dengan membentuk program pembangunan berkelanjutan. Pembangunan berkelanjutan merupakan suatu bentuk upaya terencana yang dilakukan oleh negara untuk mengatur aspek lingkungan hidup, sosial dan ekonomi dalam strategi pembangunan untuk menjamin keutuhan lingkungan hidup, keamanan, kemampuan, kesejahteraan, dan kualitas hidup generasi sekarang dan masa depan (Utami, 2020). Salah satu peran penting sebuah negara dalam bidang ekonomi adalah merealisasikan ajaran-ajaran agama dalam tindakan nyata yang telah tertuang dalam program kerja dan kebijakan bidang ekonomi (Hanafi & Sobirin, 2002).

Program tersebut menjadi bagian dan upaya dalam meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat yang tetap memperhatikan kelestarian lingkungan. Program ini akan terealisasi tentunya dengan dukungan seluruh lapisan masyarakat. Dibutuhkan juga peran pemerintah, swasta, maupun aktivis lingkungan dalam mensosialisasikan isu pelestarian lingkungan, sehingga masyarakat dapat mengetahui secara komprehensif dan merata pada semua golongan (Lailiyah, 2023). Produk hijau yang memiliki nilai kebermanfaatan jangka panjang, nampaknya saat ini menjadi daya tarik minat masyarakat umum dalam mewujudkan kesadaran, serta munculnya rasa kepedulian terhadap lingkungan (Vermeir & Verbeke, 2008).

Kepedulian itu mulai mengubah kebiasaan dalam pembelian produk ke arah konsumen ramah lingkungan atau *green consumer* yang pastinya akan membuat produsen memikirkan ulang dalam memasarkan produknya sesuai dengan isu lingkungan yang sedang berkembang (Verma & Chandra, 2018). Perubahan perilaku konsumen untuk beralih menggunakan produk ramah lingkungan serta terbebas dari bahan kimia adalah sebuah cerminan sikap peduli untuk memelihara serta menjaga lingkungan, juga sekaligus menjaga adanya penyakit yang disebabkan dari penggunaan produk makanan atau minuman yang mengandung zat kimia (Manongko, 2018).

Hasil penelitian Hendarsyah *et al.*, (2020) mengungkapkan, bahwa perilaku konsumsi hijau dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu sosialisasi, kesadaran, dan sikap. Begitu juga hasil penelitian Ramadhani,

(2022), melalui pendidikan konservasi yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi, memberi dampak kepada mahasiswa untuk beralih sikap menuju konsumsi hijau. Hasil di atas menunjukkan perbedaan dengan hasil penelitian Tjoanda *et al.*, (2017) yang menyatakan bahwa *green promotion* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *green consumer behavior*.

Penelitian-penelitian sebelumnya tentang *green consumer behavior* telah dilakukan. Akan tetapi, masih terdapat faktor berbeda-beda yang memengaruhi *green consumer behavior*, yaitu terdapat celah dalam penelitian yang dilakukan, di antaranya tidak semua indikator dari *theory of planned behavior* digunakan. Penelitian ini mencoba untuk mengembangkan penelitian sebelumnya terkait *green consumer behavior* menggunakan semua variabel *theory of planned behavior*.

Kondisi tersebut yang melatarbelakangi penelitian ini, di mana peneliti mengangkat judul “PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, PERSEPSI KONTROL PERILAKU, DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP *GREEN CONSUMER BEHAVIOR*”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada penjelasan latar belakang di atas, dapat diperoleh beberapa rumusan masalah, di antaranya:

1. Apakah sikap berpengaruh terhadap *green consumer behavior* santri di Provinsi DIY?



2. Apakah norma subjektif berpengaruh terhadap *green consumer behavior* santri di Provinsi DIY?
3. Apakah persepsi kontrol perilaku berpengaruh terhadap *green consumer behavior* santri di Provinsi DIY?
4. Apakah lingkungan sosial berpengaruh terhadap *green consumer behavior* santri di Provinsi DIY?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, dapat diperoleh beberapa tujuan penelitian, di antaranya:

1. Untuk menganalisis pengaruh sikap pada santri di Provinsi DIY terhadap *green consumer behavior*.
2. Untuk menganalisis pengaruh norma subjektif pada santri di Provinsi DIY terhadap *green consumer behavior*.
3. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kontrol perilaku pada santri di Provinsi DIY terhadap *green consumer behavior*.
4. Untuk menganalisis pengaruh lingkungan sosial pada santri di Provinsi DIY terhadap *green consumer behavior*.

### **D. Manfaat Penelitian**

Diharapkan penelitian ini dapat memberi manfaat serta kegunaan.

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis



Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan pada bidang keilmuan maupun pengembangan ilmiah kreativitas terkait dengan mengembangkan adopsi teknologi yang relevan terhadap perkembangan teknologi informasi.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Secara akademik, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan khususnya terkait *green consumer behavior*.
- b. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan koreksi bagi para santri, dalam hal konsumsi yang telah dilakukan.

## E. Sistematika Pembahasan

Penulisan tesis ini tersusun dalam lima bab. Bab pertama adalah pendahuluan, yang mencakup latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan. Bab kedua adalah landasan teori, di mana penulis menelusuri lebih dalam beberapa teori, menelaah kajian pustaka, merumuskan hipotesis, dan menyajikan kerangka konseptual. Bab ketiga adalah metodologi penelitian, di dalamnya diuraikan beberapa aspek dalam melakukan penelitian, di antaranya jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, dan teknik analisis data. Bab keempat adalah analisis data dan pembahasan, di mana penulis memberikan gambaran umum berkaitan dengan karakteristik responden dan

temuan penelitian, dengan menggunakan hasil analisis data yang telah diuji. Bab keempat ini juga memaparkan hasil diskusi secara menyeluruh dari pengujian hipotesis, yang memberi jawaban apakah hipotesis diterima atau ditolak. Bab kelima adalah penutup, yang mencakup kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Setelah dilakukannya pengolahan data, pengujian hipotesis, analisis data hingga pembahasan, maka pada penelitian ini dapat diambil beberapa kesimpulan:

1. Sikap terbukti tidak berpengaruh terhadap *green consumer behavior* santri di DIY. Temuan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar santri di DIY lebih memilih hal-hal yang bersifat tindakan dan lebih memotivasi dalam perilaku konsumsi hijau mereka.
2. Norma subjektif terbukti berpengaruh terhadap *green consumer behavior* santri di DIY. Hasil ini menunjukkan bahwa norma subjektif berpengaruh terhadap perilaku konsumsi hijau. Temuan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, munculnya motivasi yang sangat kuat dari pribadi santri maupun saran-saran dalam mengambil keputusan niat beli produk hijau.
3. Persepsi kontrol perilaku terbukti tidak berpengaruh terhadap *green consumer behavior* santri di DIY. Temuan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar santri di DIY telah memiliki dampak perilaku positif terhadap lingkungan, akan tetapi perilaku konsumsi hijau tidak memberi pengaruh terhadap niat menggunakan maupun membeli produk ramah lingkungan.

4. Lingkungan sosial terbukti berpengaruh terhadap *green consumer behavior* santri. Hasil ini menunjukkan bahwa lingkungan sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumsi hijau. Temuan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, lingkungan sosial memiliki dampak yang sangat besar terhadap seseorang untuk berperilaku, dan ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung para santri memiliki kepatuhan lingkungan melalui pengaruh yang diberikan oleh lingkungan sekitarnya.

#### **B. Keterbatasan Penelitian dan Saran**

Penulis menyadari masih banyak keterbatasan dalam penulisan tesis ini, dan bisa dikatakan jauh dari kata sempurna. Penulis menyadari, bahwa keterbatasan penelitian ini sampel yang didapatkan masih belum menyebar secara merata ke seluruh wilayah di Provinsi DIY. Selanjutnya sampel pada penelitian ini hanya terfokus pada santri di Provinsi DIY saja.

Untuk itu penulis memberi saran kepada peneliti selanjutnya guna memperbaiki dan dapat meningkatkan kualitas penelitian terkait perilaku konsumsi hijau. Beberapa saran di antaranya, hendaknya mengembangkan lagi penelitian yang terkait dengan perilaku konsumsi hijau, dan bukan hanya fokus pada para santri saja, akan tetapi cakupannya bisa diperluas kepada masyarakat umum. Selain itu, kepada peneliti selanjutnya diharapkan bisa memperoleh jumlah responden yang lebih besar lagi dan bukan hanya di lingkup DIY saja, tetapi disarankan pada lingkup yang lebih luas lagi, di tingkat pulau Jawa, atau bahkan seluruh Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: a theory of planned behavior. *Action Control*, 11–39.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1974). Factors Influencing Intentions and the Intention-Behavior Relation. *Human Relations*, 27(1), 1–15. <https://doi.org/10.1177/001872677402700101>
- Akila. (2017). PENGARUH INSENTIF DAN PENGAWASAN TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN PADA CV. VASSEL PALEMBANG. *Ecoment Global*, 2(2), 35–48.
- Al-Syatibi. (n.d.). Almuwafaqat 2.Pdf. In 2.
- Al Hakim, R., Mustika, I., & Yuliani, W. (2021). Validitas Dan Reliabilitas Angket Motivasi Berprestasi. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 263. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7249>
- Annajah, U., & Falah, N. (2017). Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Motivasi Berprestasi Anak Panti Asuhan Nurul Haq Yogyakarta. *Hisbah: Jurnal Bimbingan Konseling Dan Dakwah Islam*, 13(2), 102–115. <https://doi.org/10.14421/hisbah.2016.132-07>
- Ardiansyah, M. (2009). Perkembangan Penelitian Akuntansi Keperilakuan. *SOSIO-RELIGIA*, 8(3), 749–771.
- Ashari, B. H., Wibawa, B. M., & Persada, S. F. (2017). Analisis deskriptif dan tabulasi silang pada universitas di Kota Surabaya. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 6(1), 17–21.
- Asmuni, H. (2019). Peran Lingkungan Sosial Terhadap Kontrol Diri Kaum Milenial. *Al-Fikrah*, 2(2), 119–134.
- Astuti, R. P. F. (2016). Pengaruh status sosial ekonomi orang tua, literasi ekonomi

- dan life style terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. *Jurnal Edutama*, 3(2), 49–58.
- Azhar, J. A., Sodik, F., Zaida, A. N., & Zulmiati, K. (2023). Pengaruh Pengetahuan dan Sikap terhadap Praktik Investasi Mahasiswa di Pasar Modal Syariah: Pendekatan Teori KAP. *Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(30), 965–981.
- Azila, N., Noor, M., Muhammad, A., Kassim, A., Zuriana, C., Jamil, M., Mat, N., Mat, N., & Salleh, H. S. (2012). Creating Green Consumers: How Environmental Knowledge and Environmental Attitude Lead To Green Purchase Behaviour? *International Journal of Arts & Sciences*, 51, 1944–693455.
- Barber, N., Taylor, D. C., & Deale, C. S. (2010). Wine tourism, environmental concerns, and purchase intention. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 27(2), 146–165. <https://doi.org/10.1080/10548400903579746>
- Biswas, A., & Roy, M. (2015). Green products: An exploratory study on the consumer behaviour in emerging economies of the East. *Journal of Cleaner Production*, 87(1), 463–468. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.09.075>
- Blengini, G. A., Busto, M., Fantoni, M., & Fino, D. (2012). Eco-efficient waste glass recycling: Integrated waste management and green product development through LCA. *Waste Management*, 32(5), 1000–1008. <https://doi.org/10.1016/j.wasman.2011.10.018>
- Budiantoro, A. V., Irawan, A., & Kristanti, M. (2015). Pengaruh Green Practice Terhadap Green Consumer Behavior Di the Kemangi Restaurant, Hotel Santika Pandegiling Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 3(2), 86–101. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/3482>
- Bunyamin, B., Munfariqoh, S., Muslichah, M., Sonhaji, S., Syadeli, M., Kusnanto, A. A., Sunarto, S., Prajoga, U., Sugiono, D., Ratnasari, S. D., & Andiani, L. (2021). Pemberdayaan Santri Upaya Optimalisasi Ruang Terbuka Hijau Dan Penataan Landscape Di Ponpes El-Yasmin. *Jurnal Abdi Masyarakat*, 5(1), 1–7. <https://doi.org/10.30737/jaim.v5i1.1964>
- Cahyaningrum, F., Suhendro, S., & Wijayanti, A. (2022). Pengaruh faktor keuangan



- dan nonkeuangan terhadap return saham dengan kebijakan dividen sebagai variabel mediasi. *Inovasi*, 18(2), 319–325. <https://doi.org/10.30872/jinv.v18i2.10627>
- Cruz, M. U. M., & Prabawani, B. (2017). Konsumen Ramah Lingkungan: Perilaku Konsumsi Hijau Civitas Academica Universitas Diponegoro. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(1), 39–47.
- Dreyer, H., & Sonnenberg, N. (2022). *Transcending Linearity in Understanding Green Consumer Behaviour : A Social – Cognitive Framework for Behaviour Changes in an Emerging Economy Context*.
- Elafansa, Sierra & Hartono, A. (2023). Pengaruh Sikap Ramah Lingkungan, Kepedulian Lingkungan dan Afeksi Lingkungan Terhadap Pembelian Produk Hijau. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan ...*, 11(2), 1195–1206. <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/article/view/3735%0Ahttps://jurnal.univ-ed.ac.id/index.php/er/article/download/3735/3515>
- Esmailpour, M., & Bahmiary, E. (2017). Investigating the impact of environmental attitude on the decision to purchase a green product with the mediating role of environmental concern and care for green products. *Management and Marketing*, 12(2), 297–315. <https://doi.org/10.1515/mmcks-2017-0018>
- Farliana, N., Murniawaty, I., & Setiawati, A. (2021). Determinasi Financial Literacy, Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi. *Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 189. <https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2021.v15.i02.p03>
- Fitriani, I., Widyawati, W., & Syafrial, S. (2021). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Kendali Perilaku terhadap Niat Perilaku Konsumsi Berkelanjutan Pembelian Makanan Berkemasan Ramah Lingkungan Foopak. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 5(4), 1115–1125. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2021.005.04.14>
- Hair J, Anderson R, Babin B, & Black W. (2010). *Multivariate Data Analysis.pdf*. In *Australia : Cengage: Vol. 7 edition* (p. 758).

- Hanafi, S. M., & Sobirin, A. (2002). Relevansi Ajaran Agama dalam Aktivitas Ekonomi (Studi Komparatif antara Ajaran Islam dan Kapitalisme). *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 3(1), 16–34.
- Hasanah, A. S., Hindrayani, A., & Noviani, L. (2023). Pengaruh Sikap dan Sensitivitas Harga Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijau. *Journal on Education*, 5(4), 16821–16833. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i4.2879>
- Helmi, S. (2021). *Analisis Data Untuk Riset Manajemen dan Bisnis* (Issue January 2014).
- Hendarsyah, R., Sumarwan, U., & Yuliati, L. N. (2020). Green Consumer Behavior Masyarakat Kota Bogor dalam Tata Laksana Sampah Plastik. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 13(2), 187–198. <https://doi.org/10.24156/jikk.2020.13.2.187>
- Ihsan, & Mukrimah. (2023). Perilaku Konsumtif Gaya Hidup Santri Prespektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Santri Amsilati Pondok Pesantren Syaichona Moh. Cholil Putri). *Journal of Economic and Islamic Research*, 1(2), 165–176.
- Indri, F. Z., & Putra, G. H. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Konsentrasi Pasar Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2016-2020. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 2(2), 01–17.
- Jannah, L., & Hernawati, E. (2021). Konsep Green Marketing Dan Dampaknya Terhadap Perilaku Konsumen Indonesia. *Jurnal Bina Manajemen*, 9(2), 92–112. <https://doi.org/10.52859/jbm.v9i2.157>
- Jebarajakirthy, C., & Lobo, A. C. (2014). War affected youth as consumers of microcredit: An application and extension of the Theory of Planned Behaviour. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(3), 239–248. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2014.02.003>
- Judge, M., Warren-Myers, G., & Paladino, A. (2019). Using the theory of planned behaviour to predict intentions to purchase sustainable housing. *Journal of*



- Cleaner Production*, 215, 259–267. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.01.029>
- Khotimah, S., & Kurniawan, I. S. (2019). Pengaruh Norma Subyektif, Kontrol Perilaku Persepsian, Kesiediaan Untuk Membayar, Dan Kepedulian Lingkungan Terhadap Niat Beli Kemasan Ramah Lingkungan Yang Dimediasi Sikap. *EFEKTIF Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 10(1), 25–34.
- Kotler, P & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13*. Erlangga.
- Krajhanzl, J. (2010). Environmental and Proenvironmental Behavior. *School and Health Health Education: International Experiences*, 21, 251–274.
- Kunardi, I. J., Tanadi, K., Veronica, R., Setyojatingrum, S., Paramisa, E. R., Sasiriani, A. A., Sukma, A. E., & Gisela, A. (2022). *Behavior Mahasiswa Jabodetabek*. 813–822.
- Kurniawati, D., & Sumarji. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Persepsi, Sikap, dan Norma Subyektif Terhadap Perilaku Konsumen Muslim Dalam Konsumsi Produk Pangan Halal Di Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Agribisnis*, 18(1), 49–52.
- Lailiyah, I. R. (2023). Pengaruh Environmental Knowledge Pada Green Costumers Behavior Sebuah Produk. *JAHE: Jurnal Ayat Dan Hadits Ekonomi*, 1(2), 30–37.
- Lee, K. (2008). Opportunities for green marketing: Young consumers. *Marketing Intelligence and Planning*, 26(6), 573–586. <https://doi.org/10.1108/02634500810902839>
- Lestari, J. S., Farida, U., & Chamidah, S. (2020). Pengaruh Kepemimpinan, Kedisiplinan, Dan Lingkungan Kerjaterhadap Prestasi Kerja Guru. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 38–55. <https://doi.org/10.24269/asset.v2i2.2388>
- Lind, D. A., Marchal, W. G., & Wathen, S. A. (2012). *Statistical Techniques in Business & Economics 15th Edition*.
- Liu, M. T., Liu, Y., & Mo, Z. (2020). Moral norm is the key: An extension of the theory of planned behaviour (TPB) on Chinese consumers' green purchase intention. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 32(8), 1823–1841. <https://doi.org/10.1108/APJML-05-2019-0285>
- Lukiarti, M. M. (2019). PENGARUH KEPEDULIAN LINGKUNGAN DAN SIKAP

- TERHADAP MINAT BELI PRODUK HIJAU (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Hijau di Kabupaten Rembang. *Buletin Bisnis & Manajemen*, 05(1), 15–28.
- Luzio, J. P. P., & Lemke, F. (2013). Exploring green consumers' product demands and consumption processes: The case of Portuguese green consumers. *European Business Review*, 25(3), 281–300. <https://doi.org/10.1108/09555341311314825>
- Maharani, D. I., Y, M. H. A., & Arifin, I. (2016). Manajemen Pembelajaran Pondok Pesantren. *Jurnal Manajemen Dan Supervisi Pendidikan*, 1(1), 17–23. <https://doi.org/10.17977/um025v1i12016p017>
- Mahyarni, M. (2013). Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior. *Jurnal EL-RIYASAH*, 4(1), 13. <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/elriyasah/article/view/17>
- Malhotra, N. K. (2009). *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan Jilid 1*. PT Indeks.
- Manongko, C. A. A. (2018). *Green Marketing (Suatu Perspektif Marketing Mix & Theory of Planned Behavior)* Penerbit: Yayasan Makaria Waya.
- Maulina, A., Rahmawati, N. F., & Patria, Y. M. (2022). Praktek Model Perilaku Niat Beli Konsumen Ramah Lingkungan Dari Perspektif Teori Perilaku Terencana. *AdBispreneur*, 7(1), 85. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v7i1.36239>
- Mills, R. (2012). What It Means to Go Green: Reduce, Reuse, Repurpose, and Recycle. *Families and Communities*, June.
- Mostafa, M. M. (2007). A Hierarchical Analysis of the Green Consciousness of the Egyptian Consumer. *Psychology & Marketing*, 24(5), 445–473. <https://doi.org/10.1002/mar>
- Muaddab, H. (2015). Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumsi Hijau Pada Siswa Smk Negeri Se- Kabupaten Jombang. *Edusentris*, 2(2), 126. <https://doi.org/10.17509/edusentris.v2i2.166>
- Muslihun. (2017). Pesantren Sebagai Identitas Islam Nusantara. *Al-Tsiqoh: Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam*, 1(01), 38–48.
- Nanincova, N. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

- Noach Cafe And Bistro. *Agora*, 7(2), 1–5.  
<https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/8734/7880>
- Naratama, I Made & Nurcaya, I. N. (2016). Aplikasi Theory Of Reasoned Action (Tra) Dalam Menjelaskan Niat Beli Produk Hijau Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(3), 1770–1799.
- Nguyen, T. T. H. B. L., Nguyen, N., Nguyen, T. T. H. B. L., Phan, T. T. H., Bui, L. P., & Moon, H. C. (2019). Investigating Consumer Attitude and Intention. *Foods*, 8, 1–15.
- Norfai. (2020). Manajemen Data Menggunakan SPSS. *Universitas Islam Kalimantan, Juli*, 70.
- Paço, A. do, Shiel, C., & Alves, H. (2019). A new model for testing green consumer behaviour. *Journal of Cleaner Production*, 207, 998–1006.  
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.10.105>
- Pakaya, I., Posumah, J. H., & Denggo, S. (2021). Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Pendidikan Masyarakat Di Desa Biontong I Kecamatan Bolangitang Timur Kabupaten Bolaang Mongondow Utara. *Jurnal Administrasi Publik*, 7(104), 11–18.
- Pebriani, D., & Oktarina, N. (2018). Pengaruh disiplin, fasilitas, dan motivasi belajar terhadap kecepatan mengetik manual. *Economic Education Analysis Journal*, 2(1), 18–23.
- Peter, J. Paul & Olson, J. C. (2023). Consumer behavior and marketing. In *Media Analytics*. <https://doi.org/10.4324/9780429506956-9>
- Pitoewas, B. (2018). PENGARUH LINGKUNGAN SOSIAL DAN SIKAP REMAJA TERHADAP PERUBAHAN TATA NILAI. *Jurnal Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 3(1), 8–18.
- Policarpo, M. C., & Aguiar, E. C. (2020). How self-expressive benefits relate to buying a hybrid car as a green product. *Journal of Cleaner Production*, 252, 119859.  
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119859>

- Purnomo, R. A. (2016). Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS. In *Cv. Wade Group*.
- Puspita, A., Fauziah, A. N., Supandi, A. D., & Setyawan, A. B. (2018). perilaku konsumen The effects of japanese culture , cultural consumption , and japan products to consumer behavior. *Journal Aoyama, 1*, 2018.
- Raharjo, S. (2014). *Cara Melakukan Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov dengan SPSS*. SPSS Indonesia. <https://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-normalitas-kolmogorov-smirnov-spss.html>
- Rahmawaty, A. (2021). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam Konsep, Teori dan Analisis* (1st ed.). Idea Press Yogyakarta.
- Ramadhani, N. A. (2022). *Pengaruh Pembelajaran Pendidikan Konservasi Terhadap Perilaku Konsumen Hijau (Green Consumers Behavior) Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2021 di Universitas Negeri Semarang*. *11(2)*, 84–92. <https://doi.org/10.15294/ijc.v11i2.37485>
- Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik, 11(1)*, 432–439. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>
- Sari, Y. T. K., Hendrastomo, G., & Januarti, N. E. (2020). BELANJA ONLINE DAN GAYA HIDUP MAHASISWA DI YOGYAKARTA. *Jurnal Pendidikan Sosiologi*.
- Schiffman, Leon dan Kanuk, L. L. (2014). *Perilaku Konsumsi*. Indeks.
- Sekaran, Uma & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business* (Seventh).
- Setiawan, D., & Kurniasih, N. C. (2020). Pengaruh Biaya Bahan Baku Dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Laba Bersih Pada Pt. Satwa Prima Utama. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, 11(April)*, 55–64.
- Shrum, L. J., McCarty, J. A., & Lowrey, T. M. (1995). Buyer Characteristics of the Green Consumer and Their Implications for Advertising Strategy. *Journal of Advertising, 14(02)*, 71–82. <https://doi.org/10.1080/00913367.1995.10673477>
- Siagian, F. N. (2021). *Pengaruh Lingkungan Sosial, Iklan, Dan Literasi Ekonomi*

- Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Uin Sts .... 2(2), 898–913. <https://repository.unja.ac.id/22793/>*
- Siringi, R. (2012). Determinants of Green Consumer Behavior of Post graduate Teachers. *IOSR Journal of Business and Management*, 6(3), 19–25. <https://doi.org/10.9790/487x-0631925>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Setiyawami (ed.)). Penerbit Alfabeta.
- Sulistiyarini, S. (2016). Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) Dan Theory Of Planned Behavior (TPB). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2), 1689–1699.
- Susanto, R. K., & Sahetapy, W. L. (2021). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku Terhadap Minat Beli Produk Levi's Pada Generasi Milenial. *Journal of AGORA*, 9(2), 1–9.
- Tarigan, N. F., Huda, N., & Nazwirman, N. (2020). Analisis Faktor yang Memengaruhi Green Purchase Intention dan Green Customer Behavior (Studi Kasus Pada Produk Tumblr Starbucks). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 19(1), 32–42. <https://doi.org/10.14710/jspi.v19i1.32-42>
- Tarmizi, A. (2017). Analisis Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepeda Motor Honda Merek Vario Pada Pd. Daya Motor Sungai Bahar Muaro Jambi. *EKONOMIS: Journal of Economics and Business*, 1(1), 18. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v1i1.4>
- Teni & Yudiyanto, A. (2021). Pengaruh Motivasi Belajar Terhadap Hasil Belajar Siswa Kelas VII SMP Negeri 2 Kedokan Bunder Kabupaten Indramayu. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 2(1), 105–117. <https://doi.org/10.36418/japendi.v2i1.73>
- Tjoanda, E., Fernandez, E. C. Y., & Kristanti, M. (2017). Pengaruh Green Marketing Hotel Terhadap Green Consumer Behaviour. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 5(2), 316–327.
- Tjokrosaputro, M., & Cokki, C. (2020). Peran Innovativeness Sebagai Moderasi Pada



- Keterkaitan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Pembelian Kopi Starbucks. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 174.  
<https://doi.org/10.24912/jmie.v4i1.7588>
- Tomasin, L., Pereira, G. M., Borchardt, M., & Sellitto, M. A. (2013). How can the sales of green products in the Brazilian supply chain be increased? *Journal of Cleaner Production*, 47, 274–282. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.01.028>
- Tukiran, N. A., Ismail, A., Mustafa, S., & Hamid, M. (2018). Indirect Competitive Enzyme-Linked Immunosorbent Assay (ELISA) for the Determination of Mammalian Gelatin in Pharmaceutical Capsules. In *Proceedings of the 3rd International Halal Conference (INHAC 2016)* (Issue Inhac).  
[https://doi.org/10.1007/978-981-10-7257-4\\_38](https://doi.org/10.1007/978-981-10-7257-4_38)
- Utami, K. S. (2020). Green Consumers Behavior: Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Ramah Lingkungan. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 209.  
<https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.499>
- Valentine, E., Indrawati, L., Putra, N. C., Leonard, F., Angela, K. F., Herabadi, A. G., & Dahesihsari, R. (2022). *Value orientation egoistic*.
- van Birgelen, M., Semeijn, J., & Keicher, M. (2009). Packaging and proenvironmental consumption Behavior: Investigating purchase and disposal decisions for beverages. *Environment and Behavior*, 41(1), 125–146.  
<https://doi.org/10.1177/0013916507311140>
- Verma, V. K., & Chandra, B. (2018). An application of theory of planned behavior to predict young Indian consumers' green hotel visit intention. *Journal of Cleaner Production*, 172(October), 1152–1162.  
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.10.047>
- Vermeir, I., & Verbeke, W. (2008). Sustainable food consumption among young adults in Belgium: Theory of planned behaviour and the role of confidence and values. *Ecological Economics*, 64(3), 542–553.  
<https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2007.03.007>

- Wahyuni, E. T. (2009). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta. *Akmenika*, 04, 133–148.
- Waskito, Jati & Harsono, M. (2010). Jurnal Dinamika Manajemen. *Jdm*, 1(2), 137–143. <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jdm>
- Wee, H. M., Lee, M. C., Yu, J. C. P., & Edward Wang, C. (2011). Optimal replenishment policy for a deteriorating green product: Life cycle costing analysis. *International Journal of Production Economics*, 133(2), 603–611. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2011.05.001>
- Yaldi, E., Pasaribu, J. P. K., Suratno, E., Kadar, M., Gunardi, G., Naibaho, R., Hati, S. K., & Aryati, V. A. (2022). Penerapan Uji Multikolinieritas Dalam Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 1(2), 94–102. <https://doi.org/10.33998/jumanage.2022.1.2.89>
- Yuliani, J. C., Rahanatha, G. B., & Rahyuda, I. K. (2016). Antecedent Niat Beli Konsumen Produk Organic Skin/Hair Care (Merek Mustika Ratu di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(8), 831–844.
- Zakiah, S. (2022). TEORI KONSUMSI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *EL-ECOSY: JURNAL EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM*, 02(02), 180–194. <https://jurnal.unsur.ac.id/elecosy/index>
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.05.021>