



SIKAP PRODUK RAMAH LINGKUNGAN, *GREEN* CONSUMER BEHAVIOR, PENGURANGAN SAMPAH PLASTIK DI SUKABUMI

Eva Fathussyaadah

Manajemen, Universitas Linggabuana PGRI Sukabumi

e-mail: Evafathussyaadah82@gmail.com

Informasi Artikel:

Terima: 04-09-2026

Revisi: 15-09-2026

Disetujui: 01-10-2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sikap terhadap produk ramah lingkungan terhadap perilaku pengurangan sampah plastik di Sukabumi, dengan *green consumer behavior* sebagai variabel. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif eksplanatori. Data dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert dari responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan ukuran sampel minimum ditentukan berdasarkan rumus Lemeshow. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS). Hasil pengujian model struktural menunjukkan bahwa sikap terhadap produk ramah lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *green consumer behavior* dan perilaku pengurangan sampah plastik. Selanjutnya, *green consumer behavior* juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengurangan sampah plastik. Analisis mediasi mengonfirmasi bahwa *green consumer behavior* secara signifikan memediasi hubungan antara sikap peduli lingkungan dan tindakan nyata pengurangan sampah plastik. Penelitian ini memberikan implikasi strategis bagi pemerintah daerah dan pemangku kepentingan di Sukabumi dalam merancang kampanye perubahan perilaku berbasis pelestarian lingkungan guna menekan timbulan limbah plastik sekali pakai secara mandiri sejak dari sumbernya

Kata Kunci: Sikap produk ramah lingkungan, *Green consumer behavior*, Pengurangan sampah plastic.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of attitudes toward eco-friendly products on plastic waste reduction behavior in Sukabumi, with *green consumer behavior* as a mediating variable. quantitative explanatory approach was employed. Data were collected using Likert-scale questionnaires from respondents selected through *purposive sampling*, with the minimum sample size determined via the Lemeshow formula.. Data analysis was conducted using *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS). The structural model testing reveals that attitudes toward eco-friendly products have a positive and significant effect on both *green consumer behavior* and plastic waste reduction behavior. Additionally, *green consumer behavior* is proven to significantly and positively influence plastic waste reduction. The mediation analysis confirms that *green consumer behavior* successfully and significantly mediates the relationship between eco-friendly attitudes and actual plastic waste reduction. These findings offer strategic implications for local



government and stakeholders in Sukabumi to design behavioral change campaigns based on environmental conservation to independently reduce single-use plastic waste generation directly from its source.

Keywords: *Attitude toward eco-friendly products, Green consumer behavior, Plastic waste reduction,*

PENDAHULUAN

Tantangan lingkungan hidup menjadi salah satu isu strategis dalam pembangunan berkelanjutan karena pola konsumsi masyarakat memiliki hubungan langsung dengan penggunaan sumber daya, produksi sampah, dan tekanan terhadap lingkungan (Mensah et al., 2023). Perubahan pola konsumsi menuju konsumsi yang lebih bertanggung jawab menjadi semakin penting seiring meningkatnya perhatian terhadap pencemaran lingkungan, perubahan iklim, dan akumulasi sampah (Allahham et al., 2024). Dalam konteks tersebut, konsumen tidak lagi hanya dipandang sebagai pihak yang memenuhi kebutuhan ekonomi, tetapi juga sebagai aktor yang memiliki peran dalam mendukung keberlanjutan lingkungan melalui pilihan produk, pola penggunaan, serta perilaku setelah konsumsi (Ma et al., 2023). Konsep *green consumer behavior* berkembang sebagai pendekatan yang menempatkan keputusan dan tindakan konsumen sebagai bagian penting dalam mewujudkan konsumsi yang berkelanjutan (Setiadi, 2026). Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa sikap konsumen terhadap produk ramah lingkungan merupakan salah satu faktor yang berperan dalam membentuk perilaku konsumsi hijau (Ghali-Zinoubi, 2022; Islam & Ali Khan, 2024).

Penggunaan plastik sekali pakai menjadi persoalan lingkungan yang berkaitan erat dengan perilaku konsumen. Sifat plastik yang murah, ringan, dan praktis mendorong penggunaannya secara luas, tetapi sulit terurai sehingga berpotensi mencemari ekosistem dan mengancam kesehatan manusia (Soong et al., 2022; Maulana et al., 2025). Indonesia per 1 juli 2026 memproduksi sampah sebanyak 143 ribu ton per hari. Data ini berdasarkan angka konversi 0,5 kg per orang per hari dengan jumlah penduduk 288,3 juta jiwa. Dari 43.731 fasilitas pengelolaan sampah di seluruh Indonesia, hanya 33.249 unit yang berfungsi optimal, sehingga sampah terkelola baru mencapai 37.000 ton per hari atau sekitar 26 persen (Nur, 2026). Kondisi ini menunjukkan pentingnya perubahan perilaku konsumen dalam mengurangi sampah dari sumbernya. Kesadaran lingkungan, ketersediaan produk alternatif, serta kemudahan pemilahan dan daur ulang berperan dalam mendorong pengurangan plastik sekali pakai (Diggle & Walker, 2022; Weber Macena et al., 2021).

Peningkatan sampah plastik di Sukabumi mencerminkan tantangan lingkungan yang serius, terutama karena karakteristik wilayahnya yang luas dan tersebar dalam berbagai wilayah administratif. Kondisi geografis tersebut menimbulkan tantangan dalam pemerataan pelayanan pengumpulan dan pengelolaan sampah. Oleh karena itu, pengurangan sampah plastik menjadi kebutuhan strategis untuk meningkatkan kualitas lingkungan hidup. Fenomena ini relevan dikaji dari perspektif perilaku konsumen karena terdapat kesenjangan antara meningkatnya kesadaran lingkungan dan praktik konsumsi yang masih menghasilkan sampah plastik. Ketersediaan

produk ramah lingkungan belum sepenuhnya mendorong perubahan perilaku konsumsi yang konsisten. Kesadaran, pendidikan lingkungan, dan dukungan kebijakan diperlukan untuk membentuk perilaku konsumsi berkelanjutan (Chen et al., 2021; Setiadi et al., 2026). Pendekatan ekonomi sirkular juga membutuhkan kolaborasi pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta dalam pengurangan, pemilahan, dan daur ulang sampah plastik (Prabawati et al., 2023).

Dalam perspektif perilaku konsumen, sikap terhadap produk ramah lingkungan merupakan salah satu faktor penting dalam pembentukan *green consumer behavior*. Sikap mencerminkan evaluasi positif atau negatif konsumen terhadap produk yang memiliki manfaat bagi lingkungan. Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TPB), sikap menjadi determinan utama yang memengaruhi kecenderungan seseorang melakukan perilaku tertentu. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa sikap terhadap produk hijau berpengaruh positif terhadap niat dan perilaku pembelian hijau. Model TPB yang diperluas juga menunjukkan bahwa kesadaran, pengetahuan, dan nilai lingkungan dapat memperkuat pembentukan sikap serta perilaku konsumsi hijau (Kamalanon et al., 2022; Laheri et al., 2024). Selain itu, niat pembelian hijau berperan sebagai penghubung antara sikap dan perilaku pembelian hijau (Margariti et al., 2024).

Namun demikian, persoalan lingkungan tidak cukup dijelaskan hanya melalui keinginan membeli produk ramah lingkungan (Cuc et al., 2022). Terdapat fenomena *attitude-behavior gap*, yaitu kondisi ketika kepedulian dan sikap positif terhadap lingkungan belum selalu diwujudkan dalam perilaku aktual (Islam & Ali Khan, 2024). Kesenjangan antara sikap, niat, dan perilaku merupakan persoalan penting dalam penelitian konsumsi hijau (Oliver et al., 2023). Dengan demikian, seseorang dapat memiliki sikap positif terhadap produk ramah lingkungan, tetapi tetap menggunakan produk plastik sekali pakai karena faktor kenyamanan, harga, kebiasaan, ketersediaan alternatif, atau kondisi lingkungan sosial (Tran et al., 2022). Bahkan penelitian terbaru mengenai produk ramah lingkungan menunjukkan bahwa sikap positif belum tentu menghasilkan keputusan konsumsi apabila konsumen menghadapi pertimbangan harga dan faktor kontekstual lainnya (Lan et al., 2023).

Berdasarkan kondisi tersebut, terdapat *research gap* yang penting. Sebagian penelitian terdahulu lebih banyak menguji pengaruh sikap terhadap *green purchase intention* atau *green purchase behavior*, sementara hubungan antara sikap terhadap produk ramah lingkungan, *green consumer behavior*, perilaku pengurangan sampah plastik masih relatif kurang mendapatkan perhatian, khususnya pada konteks masyarakat lokal di Indonesia dan masyarakat Sukabumi. Dengan kata lain, penelitian sebelumnya cenderung berhenti pada keputusan membeli produk hijau, sedangkan penelitian ini membawa konsekuensi perilaku tersebut lebih jauh sampai pada pengurangan sampah plastik sebagai *environmental outcome*.

Kebaruan penelitian ini terletak pada pengembangan model yang menghubungkan sikap terhadap produk ramah lingkungan dengan *green consumer behavior* dan selanjutnya dengan perilaku pengurangan sampah plastik. Model tersebut tidak hanya melihat konsumen sebagai pembeli produk hijau, tetapi sebagai aktor yang perilakunya dapat menghasilkan dampak lingkungan setelah proses konsumsi. Penelitian pada masyarakat Sukabumi juga memberikan

konteks empiris lokal yang relevan dengan fenomena peningkatan sampah plastik. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam memperluas kajian *green consumer behavior* sekaligus memberikan implikasi praktis bagi pemerintah daerah, pelaku usaha, dan masyarakat dalam merancang strategi pengurangan sampah plastik berbasis perubahan perilaku konsumen.

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikembangkan Ajzen menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat (*behavioral intention*), sedangkan niat dibentuk oleh *attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control*. Dalam konteks konsumsi berkelanjutan, sikap positif terhadap produk ramah lingkungan dapat mendorong niat dan perilaku konsumsi yang lebih bertanggung jawab (Dutta & Hwang, 2021; Hong et al., 2024). *Attitude toward green products* menjadi prediktor penting niat pembelian hijau, bersama *perceived consumer effectiveness* dan kepedulian lingkungan (Kamalanon et al., 2022). TPB juga dapat diterapkan pada perilaku pengelolaan limbah melalui sikap, norma subjektif, dan kesadaran lingkungan (Widayat et al., 2021). Selain itu, faktor budaya, kesadaran lingkungan, dan efektivitas konsumen dapat memperkuat perilaku ramah lingkungan (Ghali-Zinoubi, 2022). Sikap dan persepsi efektivitas juga terbukti dominan dalam membentuk niat membeli produk ramah lingkungan (Lan et al., 2023).

Sikap terhadap Produk Ramah Lingkungan

Sikap merupakan evaluasi individu terhadap suatu objek, perilaku, atau pilihan yang dapat bersifat positif maupun negatif. Dalam pemasaran hijau, sikap terhadap produk ramah lingkungan menunjukkan penilaian konsumen terhadap manfaat dan dampak lingkungan dari produk tersebut (Kumar et al., 2023). Evaluasi positif terhadap produk hijau dapat meningkatkan niat pembelian dan mendorong perilaku konsumsi yang lebih berkelanjutan (Kamalanon et al., 2022). Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TPB), sikap terbentuk melalui evaluasi terhadap konsekuensi perilaku. Ketika konsumen meyakini bahwa penggunaan produk ramah lingkungan memberikan manfaat bagi lingkungan, sikap positif akan memperkuat kecenderungan melakukan konsumsi hijau. Sikap, bersama kesadaran, pengetahuan, dan nilai lingkungan, berperan penting dalam membentuk niat dan perilaku pembelian hijau (Laheri et al., 2024). Sikap positif juga dapat menjadi prediktor penting niat pembelian hijau (Ghali-Zinoubi, 2022). Indikator yang digunakan dalam penelitian sikap terhadap produk ramah lingkungan meliputi (Islam & Ali Khan, 2024): (1) Persepsi terhadap keberlanjutan produk; (2) Kepercayaan terhadap produsen dan label ramah lingkungan; (3) Kesiediaan membayar lebih; (4) Kesadaran dan pengetahuan lingkungan; (5) Persepsi terhadap nilai dan manfaat produk ramah lingkungan.

Green Consumer Behavior

Green consumer behavior merupakan keseluruhan perilaku konsumsi yang mempertimbangkan dampak lingkungan, mulai dari pemilihan, penggunaan, pengurangan

konsumsi, penggunaan kembali, pemilahan, hingga pembuangan produk secara bertanggung jawab (Kamalanon et al., 2022). Konsep ini lebih luas dibandingkan *green purchase behavior* karena tidak hanya berfokus pada keputusan membeli produk ramah lingkungan, tetapi juga perilaku selama dan setelah konsumsi (Lopes et al., 2024). Pendekatan tersebut menempatkan konsumen sebagai aktor yang bertanggung jawab terhadap dampak lingkungan sepanjang siklus hidup produk. Konsumen Generasi Z menunjukkan bahwa perilaku konsumsi berkelanjutan mencerminkan tanggung jawab lingkungan yang tidak terbatas pada tahap pembelian (Dragolea et al., 2023). Selain itu, perspektif siklus hidup menekankan pentingnya penggunaan, perawatan, penggunaan kembali, donasi, dan pembuangan produk secara bertanggung jawab (Patwary et al., 2022). Dengan demikian, *green consumer behavior* mencerminkan pola konsumsi yang mendukung keberlanjutan secara menyeluruh. Indikator *green consumer behavior* dalam penelitian ini meliputi (Bogusz et al., 2023): (1) Pemilihan produk ramah lingkungan; (2) Pengurangan konsumsi produk yang berdampak negatif terhadap lingkungan; (3) Penggunaan produk secara efisien dan bertanggung jawab; (4) Penggunaan kembali produk; (5) Pemilahan sampah berdasarkan jenisnya; (6) Pembuangan dan pengelolaan sampah secara bertanggung jawab.

Perilaku Pengurangan Sampah Plastik

Perilaku pengurangan sampah plastik merupakan tindakan individu untuk mencegah dan mengurangi timbulan plastik sejak dari sumbernya melalui pengurangan, penggunaan kembali, pemilahan, dan daur ulang (Bernat, 2023). Upaya tersebut dapat dilakukan dengan mengurangi penggunaan plastik sekali pakai serta membawa tas belanja yang dapat digunakan kembali (Macena et al., 2021). Penggunaan botol minum dan wadah secara berulang juga dapat mengurangi kebutuhan produk sekali pakai dan timbulan sampah plastik ((Deeney et al., 2023). Selain itu, menghindari kemasan plastik berlebihan dan menggunakan kembali produk yang masih layak mendukung prinsip ekonomi sirkular. Pemilahan sampah plastik dan penyerahannya untuk didaur ulang dapat meningkatkan efektivitas pengelolaan serta kualitas bahan daur ulang. Dengan demikian, perilaku tersebut berkontribusi terhadap pengurangan sampah dan keberlanjutan lingkungan (Zheng et al., 2023). Indikator perilaku pengurangan sampah plastic dalam penelitian ini meliputi (Phan., 2023) : (1) Partisipasi dalam program pengumpulan dan pengelolaan sampah plastic; (2) Penerapan gaya hidup nol sampah; (3) Kepatuhan terhadap kebijakan dan regulasi pengurangan sampah plastic; (4) Keterlibatan dalam kampanye dan edukasi pengurangan plastic; (5) Pengadopsian teknologi atau praktik ramah lingkungan; (6) Kolaborasi dan sinergi antar pemangku kepentingan.

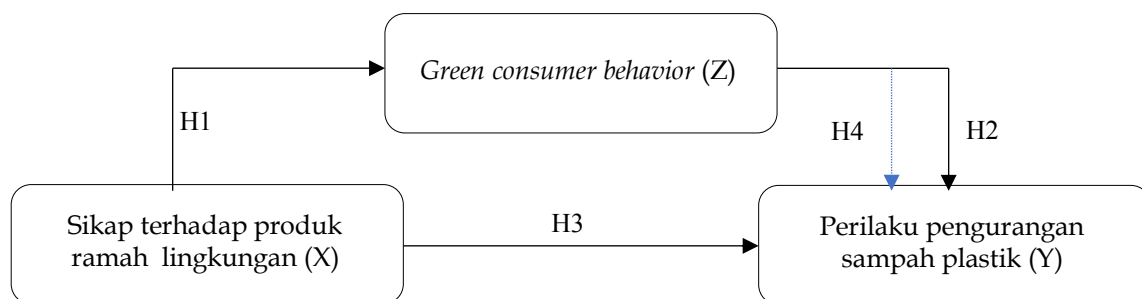
Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan kajian literatur dan kerangka konseptual yang telah diuraikan, penelitian ini merumuskan sejumlah hipotesis untuk menguji secara empiris hubungan antara sikap terhadap produk ramah lingkungan, *green consumer behavior*, dan perilaku pengurangan sampah plastik. Perumusan hipotesis dilakukan dengan mengacu pada landasan teori, khususnya *Theory of Planned Behavior* (TPB), serta temuan penelitian terdahulu yang relevan. Hipotesis yang diajukan

diarahkan untuk menjelaskan pengaruh sikap terhadap pembentukan *green consumer behavior* dan kontribusinya terhadap perilaku pengurangan sampah plastik, termasuk peran *green consumer behavior* sebagai variabel *intervening*. Dengan demikian, pengujian hipotesis diharapkan dapat memberikan pemahaman empiris mengenai mekanisme perubahan sikap konsumen menjadi perilaku konsumsi yang lebih ramah lingkungan dan berdampak pada pengurangan sampah plastik.

- H1 : Sikap terhadap produk ramah lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *green consumer behavior*.
- H2 : *Green consumer behavior* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengurangan sampah plastik.
- H3 : Sikap terhadap produk ramah lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengurangan sampah plastik.
- H4 : Sikap terhadap produk ramah lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengurangan sampah plastik melalui *green consumer behavior*.

Kerangka kerja penelitian disusun secara sistematis untuk menggambarkan hubungan (Sobar et al.2026). antara sikap terhadap produk ramah lingkungan, *green consumer behavior*, dan perilaku pengurangan sampah plastik. Kerangka konseptual ini dibangun berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TPB) serta didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang relevan mengenai perilaku konsumsi ramah lingkungan. Hubungan antarvariabel dalam kerangka penelitian tersebut menjadi dasar untuk menjelaskan bagaimana sikap konsumen terhadap produk ramah lingkungan dapat membentuk *green consumer behavior* dan selanjutnya mendorong perilaku pengurangan sampah plastik. Selain menguji pengaruh langsung antarvariabel, penelitian ini juga menguji peran *green consumer behavior* sebagai variabel *intervening* dalam hubungan antara sikap terhadap produk ramah lingkungan dan perilaku pengurangan sampah plastik.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori, yang bertujuan menjelaskan hubungan kausal (Mafriningsianti & Setiadi, 2025), antara sikap terhadap produk ramah lingkungan, *green consumer behavior*, dan perilaku pengurangan sampah

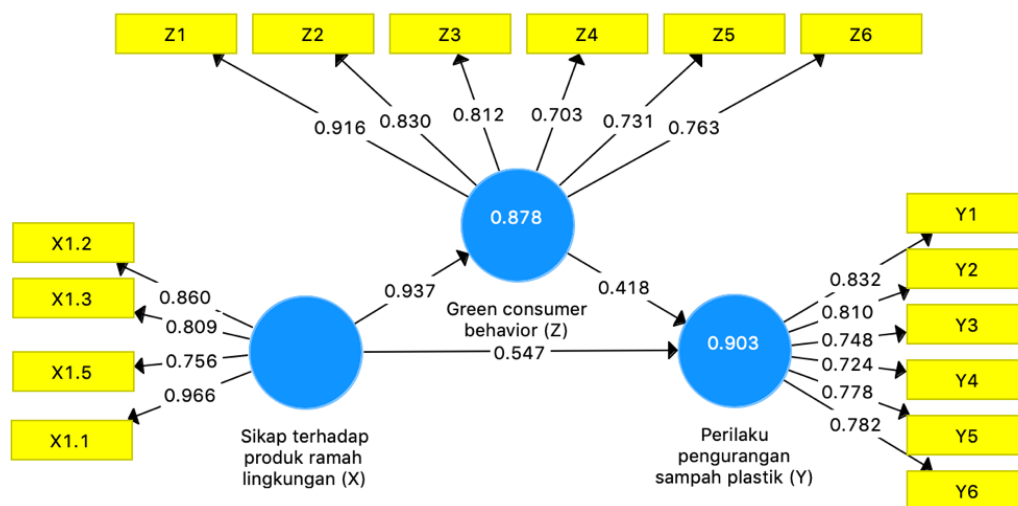


plastik pada masyarakat di Sukabumi. Penelitian ini berlandaskan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang menjelaskan bahwa sikap terhadap suatu perilaku merupakan salah satu faktor yang dapat mendorong terbentuknya niat dan perilaku individu. Populasi penelitian adalah masyarakat di wilayah Sukabumi yang memiliki pengalaman menggunakan atau membeli produk yang berkaitan dengan perilaku ramah lingkungan dan berpotensi menghasilkan sampah plastik. Pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* (Setiadi, 2026), dengan kriteria responden berusia minimal 18 tahun, berdomisili di Sukabumi, pernah membeli atau menggunakan produk ramah lingkungan, memiliki pengalaman menggunakan produk yang menghasilkan sampah plastik, serta bersedia menjadi responden.

Apabila jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, ukuran sampel dapat ditentukan menggunakan rumus Lemeshow. Dengan tingkat kepercayaan 95%, proporsi 0,5, dan tingkat kesalahan 10%, diperoleh minimum sekitar 96 responden (Sobar & Setiadi, 2025). Variabel penelitian terdiri atas Sikap terhadap Produk Ramah Lingkungan (X) sebagai variabel independen, *Green Consumer Behavior* (Y) sebagai variabel *intervening*, dan Perilaku Pengurangan Sampah Plastik (Z) sebagai variabel dependen. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala Likert 1–5, mulai dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan SmartPLS. Evaluasi model pengukuran (*outer model*) dan inner model (Setiadi et al., 2025). Pengujian hipotesis dilakukan berdasarkan nilai t-statistic dan p-value pada tingkat signifikansi 5%. Pengujian efek mediasi dilakukan untuk mengetahui apakah *Green Consumer Behavior* mampu memediasi pengaruh Sikap terhadap Produk Ramah Lingkungan terhadap Perilaku Pengurangan Sampah Plastik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Model pengukuran (*outer model*) digunakan untuk menilai kualitas instrumen pada konstruk Sikap terhadap Produk Ramah Lingkungan, *Green Consumer Behavior*, dan Perilaku Pengurangan Sampah Plastik melalui pengujian validitas dan reliabilitas. Validitas konvergen dievaluasi menggunakan nilai *outer loading* setiap indikator reflektif, dengan kriteria $>0,70$. Selain itu, nilai *Average Variance Extracted* (AVE) harus mencapai $\geq 0,50$, yang menunjukkan bahwa konstruk mampu menjelaskan sebagian besar varians indikator secara memadai (Mafriningsianti & Setiadi, 2026).



Gambar 2. *Outer Model*

Sumber: diolah SMART PLS (2026)

Hasil loading factor menunjukkan bahwa seluruh indikator pada konstruk Sikap terhadap Produk Ramah Lingkungan (X), *Green Consumer Behavior* (Z), dan Perilaku Pengurangan Sampah Plastik (Y) memiliki nilai di atas 0,70. Nilai loading X berkisar 0,756–0,966, Z sebesar 0,703–0,916, dan Y sebesar 0,724–0,832. Dengan demikian, seluruh indikator dinyatakan memenuhi kriteria validitas konvergen dan mampu merepresentasikan konstruk secara baik. Indikator X1.1 memiliki loading tertinggi (0,966), sedangkan Z4 terendah (0,703).

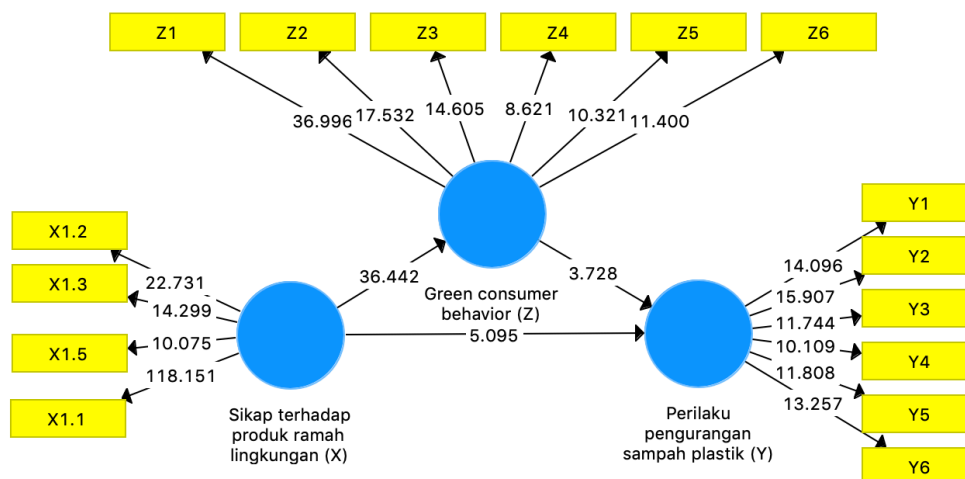
Tabel 1. AVE Values, Cronbach's Alpha, and Composite Reliability

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Sikap terhadap produk ramah lingkungan (X)	0,725	0,870	0,913
Green consumer behavior (Z)	0,633	0,882	0,911
Perilaku pengurangan sampah plastik (Y)	0,608	0,871	0,903

Sumber : Data diolah Peneliti (2026).

Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh konstruk telah memenuhi kriteria validitas konvergen dan reliabilitas. Nilai AVE pada Sikap terhadap Produk Ramah Lingkungan (0,725), *Green Consumer Behavior* (0,633), dan Perilaku Pengurangan Sampah Plastik (0,608) seluruhnya >0,50, sehingga indikator mampu menjelaskan konstruk secara memadai. Nilai *Cronbach's Alpha* masing-masing 0,870; 0,882; dan 0,871, sedangkan *Composite Reliability* sebesar 0,913; 0,911; dan 0,903, seluruhnya >0,70. Dengan demikian, instrumen dinyatakan valid dan reliabel.

Pengujian model struktural dalam pendekatan PLS digunakan untuk mengidentifikasi dan mengukur hubungan kausal antarvariabel laten. Estimasi koefisien jalur dilakukan melalui prosedur *bootstrapping* untuk memperoleh nilai statistik pengujian (Setiadi et al., 2025). Analisis tersebut bertujuan mengetahui arah hubungan, besarnya pengaruh, serta signifikansi hubungan antar konstruk yang telah dirumuskan dalam model penelitian



Gambar 3. *Bootstrapping*

Sumber: diolah SMART PLS (2026)

Berdasarkan hasil *bootstrapping* PLS-SEM, seluruh indikator pada masing-masing konstruk memiliki nilai t-statistics di atas 1,96, sehingga indikator dinyatakan signifikan dalam merefleksikan konstruknya. Pada model struktural, hubungan Sikap terhadap Produk Ramah Lingkungan (X) terhadap *Green Consumer Behavior* (Z) memiliki nilai t-statistics sebesar 36,442, sedangkan pengaruh X terhadap Perilaku Pengurangan Sampah Plastik (Y) sebesar 5,095. Selanjutnya, pengaruh *Green Consumer Behavior* (Z) terhadap Perilaku Pengurangan Sampah Plastik (Y) menunjukkan nilai 3,728. Karena seluruh nilai tersebut >1,96, ketiga hubungan dinyatakan signifikan. Dengan demikian, sikap berperan dalam meningkatkan perilaku konsumen hijau dan pengurangan sampah plastik.

R-Square Test

Pengujian inner model menggunakan SmartPLS 3 dilakukan untuk mengevaluasi hubungan struktural antarvariabel laten dalam model penelitian. Penilaian dilakukan melalui nilai R-Square (R^2) untuk mengetahui kemampuan variabel eksogen dalam menjelaskan variasi pada variabel endogen. Nilai tersebut juga memberikan gambaran mengenai kekuatan daya prediksi model struktural yang dikembangkan (Prakoso & Setiadi, 2026). Hasil estimasi nilai R-Square disajikan pada tabel berikut :

Tabel 2. R Square

Variabel	R Square
Green consumer behavior (Z)	0,878
Perilaku pengurangan sampah plastik (Y)	0,903

Sumber : Data diolah Peneliti (2026).

Berdasarkan hasil pengujian, nilai R-Square *Green Consumer Behavior* (Z) sebesar 0,878 menunjukkan bahwa 87,8% varians dapat dijelaskan oleh variabel independen. Sementara itu, Perilaku Pengurangan Sampah Plastik (Y) sebesar 0,903 berarti 90,3% varians dijelaskan oleh model. Keduanya menunjukkan daya jelas model struktural yang sangat kuat.

Predictive Relevance

Dalam analisis PLS-SEM, nilai Q^2 digunakan untuk mengevaluasi kemampuan prediktif model dalam menjelaskan data empiris. Model dikatakan memiliki relevansi prediktif apabila nilai Q^2 bernilai positif. Nilai Q^2 lebih dari 0,25 menunjukkan relevansi prediktif pada tingkat sedang, sedangkan nilai yang melebihi 0,50 mengindikasikan bahwa model memiliki kemampuan prediksi yang kuat (Setiadi, 2026).

Tabel 3. Q-square

Variabel	SSO	SSE	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$
Green consumer behavior (Z)	576,000	263,001	0,543
Perilaku pengurangan sampah plastik (Y)	576,000	266,428	0,537

Sumber : Data diolah Peneliti (2026).

Berdasarkan hasil pengujian Q^2 , nilai *Green Consumer Behavior* (Z) sebesar 0,543 dan Perilaku Pengurangan Sampah Plastik (Y) sebesar 0,537. Kedua nilai tersebut melebihi 0,50, sehingga model memiliki relevansi prediktif yang kuat dalam menjelaskan dan memprediksi kedua variabel endogen.

Goodness of Fit Evaluation

Goodness of Fit (GoF) dalam analisis PLS-SEM digunakan sebagai pelengkap evaluasi model, selain nilai R^2 dan Q^2 , sehingga diperoleh penilaian yang lebih komprehensif terhadap kualitas model. Nilai GoF menggambarkan kemampuan model dalam merepresentasikan data empiris, dengan kriteria 0,10 sebagai kategori rendah, 0,25 sedang, dan $\geq 0,36$ tinggi. Sementara itu, SRMR digunakan untuk menilai kesesuaian model, dengan nilai $< 0,08$ menunjukkan bahwa model memiliki tingkat fit yang baik (Setiadi, 2026).

Tabel 4. SRMR

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0,079	0,079

Sumber : Data diolah Peneliti (2026).

Berdasarkan hasil pengujian, nilai SRMR pada *Saturated Model* dan *Estimated Model* sama-sama sebesar 0,079. Nilai tersebut masih berada di bawah batas 0,08, sehingga dapat disimpulkan bahwa model penelitian memiliki tingkat kesesuaian (*model fit*) yang baik dan mampu merepresentasikan hubungan antarvariabel secara memadai.

Tabel 5. GoF Index

Average AVE	Average R Square	Goodness of fit index
0,655	0.890	0,764

Sumber : Data diolah Peneliti (2026).

Berdasarkan hasil pengujian, nilai Average AVE sebesar 0,655 menunjukkan kualitas validitas konvergen yang baik, sedangkan Average R Square sebesar 0,890 menunjukkan kemampuan penjelasan model yang sangat kuat. Nilai *Goodness of Fit* (GoF) sebesar 0,764 melebihi 0,36, sehingga model penelitian memiliki tingkat kesesuaian yang tinggi.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan menggunakan teknik *bootstrapping* pada SmartPLS. Metode ini dipilih karena tidak mensyaratkan data berdistribusi normal serta dapat diterapkan secara efektif pada penelitian dengan jumlah sampel yang relatif terbatas. Hasil *bootstrapping* menghasilkan estimasi koefisien jalur (*path coefficient*), nilai t-statistic, dan p-value yang digunakan untuk menentukan signifikansi hubungan antarvariabel dalam model penelitian (Setiadi et al., 2025).

Tabel 6. Path Significance Test

Variabel	Original Sample	T Statistics	P Values	Keterangan
Sikap terhadap produk ramah lingkungan (X) -> Green consumer behavior (Z)	0,937	36,442	0,000	Berpengaruh
Green consumer behavior (Z) -> Perilaku pengurangan sampah plastik (Y)	0,418	3,728	0,000	Berpengaruh
Sikap terhadap produk ramah lingkungan (X) -> Perilaku pengurangan sampah plastik (Y)	0,939	31,532	0,000	Berpengaruh
Sikap terhadap produk ramah lingkungan (X) -> Green consumer behavior (Z) -> Perilaku pengurangan sampah plastik (Y)	0,392	3,664	0,000	Berpengaruh

Sumber : Data diolah Peneliti (2026).

Berdasarkan hasil pengujian *bootstrapping* pada SmartPLS, seluruh hipotesis penelitian dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan karena seluruh nilai t-statistics $> 1,96$ dan p-values $= 0,000$ ($< 0,05$) adalah sebagai berikut:

H1: Sikap terhadap Produk Ramah Lingkungan terhadap Green Consumer Behavior. Nilai original sample sebesar 0,937, t-statistics 36,442, dan p-value 0,000 menunjukkan bahwa sikap terhadap produk ramah lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap green consumer behavior. Dengan demikian, H1 diterima.

H2: Green Consumer Behavior terhadap Perilaku Pengurangan Sampah Plastik Nilai original sample sebesar 0,418, t-statistics 3,728, dan p-value 0,000 menunjukkan bahwa green consumer behavior berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengurangan sampah plastik. Dengan demikian, H2 diterima.

H3: Sikap terhadap Produk Ramah Lingkungan terhadap Perilaku Pengurangan Sampah Plastik Nilai original sample sebesar 0,939, t-statistics 31,532, dan p-value 0,000 menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan sikap terhadap produk ramah lingkungan terhadap perilaku pengurangan sampah plastik. Dengan demikian, H3 diterima.

H4: Sikap terhadap Produk Ramah Lingkungan melalui *Green Consumer Behavior* terhadap Perilaku Pengurangan Sampah Plastik Nilai original sample sebesar 0,392, t-statistics 3,664, dan p-value 0,000 menunjukkan bahwa *green consumer behavior* mampu memediasi secara positif dan signifikan hubungan antara sikap terhadap produk ramah lingkungan dan perilaku pengurangan sampah plastik. Dengan demikian, H4 diterima.

PEMBAHASAN

Hasil analisis struktural menunjukkan bahwa sikap terhadap produk ramah lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *green consumer behavior* (H1) dengan nilai original sample sebesar 0,937 dan t-statistics sebesar 36,442. Temuan empiris ini membuktikan bahwa evaluasi positif konsumen di Sukabumi terhadap manfaat ekologis dari produk ramah lingkungan secara kuat membentuk perilaku konsumsi mereka. Secara teoritis, hasil ini memperkuat *Theory of Planned Behavior* (TPB) bahwa sikap menjadi determinan utama yang mengarahkan individu pada tindakan bertanggung jawab (Dutta & Hwang, 2021; Hong et al., 2024). Temuan ini juga mendukung riset terdahulu dari Kamalanon et al. (2022) serta Laheri et al. (2024) yang menyatakan bahwa kesadaran lingkungan memperkuat sikap konsumen dalam melakukan konsumsi hijau.

Selanjutnya, *green consumer behavior* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengurangan sampah plastik (H2) dengan koefisien 0,418 dan t-statistics 3,728. Temuan ini mengonfirmasi argumen Lopes et al. (2024) bahwa perilaku konsumen hijau tidak terbatas pada keputusan membeli (*green purchase*), melainkan mencakup seluruh tindakan dalam fase pasca-konsumsi. Di Sukabumi, yang menghadapi tantangan geografis luas dalam pemerataan pengelolaan sampah, perilaku konsumsi hijau ini menjadi pendorong penting dalam mengurangi timbulan sampah langsung dari sumbernya secara mandiri, sejalan dengan prinsip gaya hidup



zero waste yang dikaji oleh Bogusz et al. (2023) serta Bernat (2023). Penelitian ini juga mengonfirmasi bahwa sikap terhadap produk ramah lingkungan memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap perilaku pengurangan sampah plastik (H3) dengan nilai koefisien 0,939 dan t-statistics 31,532. Hal ini sejalan dengan penelitian Widayat et al. (2021) yang menerapkan TPB pada perilaku pengelolaan limbah pasca-konsumsi. Sikap peduli lingkungan di Sukabumi secara langsung mengarahkan masyarakat untuk membatasi plastik sekali pakai dan menggunakan wadah ramah lingkungan sendiri, sejalan dengan temuan Macena et al. (2021) serta Deeney et al. (2023).

Terakhir, *green consumer behavior* terbukti memediasi secara positif dan signifikan hubungan antara sikap terhadap produk ramah lingkungan dan perilaku pengurangan sampah plastik (H4) dengan nilai original sample 0,392 dan t-statistics 3,664. Peran mediasi ini sangat krusial dalam menjembatani fenomena kesenjangan sikap-perilaku (*attitude-behavior gap*) yang dikemukakan oleh Islam & Ali Khan (2024) serta Cuc et al. (2022), di mana sikap positif sering kali gagal bertransformasi menjadi tindakan nyata akibat faktor kepraktisan. Melalui mediasi *green consumer behavior*, sikap positif konsumen berhasil diterjemahkan menjadi tindakan pengurangan sampah plastik yang nyata (*environmental outcome*) di Sukabumi.

KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil membuktikan hubungan erat antara sikap peduli lingkungan masyarakat Sukabumi dengan tindakan nyata dalam mengurangi sampah plastik di wilayah tersebut. Melalui kajian, sikap positif terhadap produk ramah lingkungan menjadi fondasi utama yang mendorong terbentuknya perilaku konsumsi hijau secara menyeluruh di tengah masyarakat. Konsumen yang memiliki pemahaman baik mengenai manfaat ekologis cenderung mengadopsi pola hidup yang lebih bertanggung jawab terhadap kelestarian alam dalam kehidupan sehari-hari mereka. Lebih lanjut, perilaku konsumsi hijau ini tidak hanya terbatas pada keputusan saat membeli barang ramah lingkungan. Perilaku tersebut mencakup pola penggunaan yang efisien hingga pembuangan yang bertanggung jawab, yang pada akhirnya menjadi jembatan krusial untuk mendorong aksi pengurangan sampah plastik dari sumbernya.

Hal ini sangat strategis bagi Sukabumi, mengingat kondisi geografis wilayahnya yang luas membutuhkan partisipasi aktif masyarakat secara mandiri untuk menekan timbulan limbah plastik sekali pakai secara langsung. Perilaku konsumsi hijau juga memainkan peran penting dalam mengatasi kesenjangan antara sikap dan tindakan nyata. Selama ini, kepedulian masyarakat sering kali berhenti pada tingkat pemikiran dan gagal terwujud dalam aksi nyata karena alasan kenyamanan atau kepraktisan. Namun, melalui pembiasaan gaya hidup hijau yang konsisten seperti membawa tas belanja mandiri, menggunakan botol minum berulang kali, menghindari kemasan berlebih, serta memilah sampah secara bertanggung jawab niat baik tersebut berhasil diterjemahkan menjadi dampak penyelamatan lingkungan yang nyata dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, perubahan perilaku masyarakat dari sekadar bersimpati pada isu ekologi menjadi pelaku konsumsi hijau yang aktif merupakan kunci keberhasilan dalam penanganan darurat sampah di tingkat lokal. Oleh karena itu, diperlukan sinergi yang kuat antara pemerintah daerah, sektor swasta, dan seluruh elemen masyarakat dalam mendukung



serta menyediakan sarana infrastruktur pendukung guna mewujudkan Sukabumi yang bersih, sehat, dan sepenuhnya bebas dari polusi sampah plastik sekali pakai.

REFERENSI

- Allahham, Mahmoud, Sharabati, Abdel Aziz Ahmad, Almazaydeh, Laiali, Shalatony, Qais Mahmoud, Frangieh, Rana Hussein, & Al-Anati, Ghadeer M. (2024). The impact of fintech-based eco-friendly incentives in improving sustainable environmental performance: A mediating-moderating model. *International Journal of Data and Network Science*, 8(1), 415–430. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.9.013>
- Bernat, Katarzyna. (2023). Post-Consumer Plastic Waste Management: From Collection and Sortation to Mechanical Recycling. *Energies*, 16(8), 3504. <https://doi.org/10.3390/en16083504>
- Bogusz, Małgorzata, Matysik-Pejas, Renata, Krasnodębski, Andrzej, & Dziekański, Paweł. (2023). Sustainable Consumption of Households According to the Zero Waste Concept. *Energies*, 16(18), 6516. <https://doi.org/10.3390/en16186516>
- Chen, Chih Cheng, Sujanto, Raditia Yudistira, Tseng, Ming Lang, Chiu, Anthony S. F., & Lim, Ming K. (2021). How Is the Sustainable Consumption Intention Model in Food Industry under Preference Uncertainties? The Consumer Willingness to Pay on Recycled Packaging Material. *Sustainability*, 13(21), 11578. <https://doi.org/10.3390/su132111578>
- Cuc, Lavinia Denisia, Pelau, Corina, Szentesi, Silviu Gabriel, & Sanda, Grigorie. (2022). the Impact of Green Marketing on the Consumers' Intention To Buy Green Products in the Context of the Green Deal. *Amfiteatru Economic*, 24(60), 330–345. <https://doi.org/10.24818/EA/2022/60/330>
- Deeney, Megan, Green, Rosemary, Yan, Xiaoyu, Dooley, Claire, Yates, Joe, Rolker, Heike B., & Kadiyala, Suneetha. (2023). Human health effects of recycling and reusing food sector consumer plastics: A systematic review and meta-analysis of life cycle assessments. *Journal of Cleaner Production*, 397, 136567. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.136567>
- Diggle, Avalon, & Walker, Tony R. (2022). Environmental and Economic Impacts of Mismanaged Plastics and Measures for Mitigation. *Environments*, 9(2), 15. <https://doi.org/10.3390/environments9020015>
- Dragolea, Larisa Loredana, Butnaru, Gina Ionela, Kot, Sebastian, Zamfir, Cristina Gabriela, Nuță, Alina Cristina, Nuță, Florian Marcel, Cristea, Dragoș Sebastian, & Ștefănică, Mirela. (2023). Determining factors in shaping the sustainable behavior of the generation Z consumer. *Frontiers in Environmental Science*, 11. <https://doi.org/10.3389/fenvs.2023.1096183>
- Dutta, Bireswar, & Hwang, Hsin Ginn. (2021). Consumers Purchase Intentions of Green Electric Vehicles: The Influence of Consumers Technological and Environmental Considerations. *Sustainability*, 13(21), 12025. <https://doi.org/10.3390/su132112025>
- Ghali-Zinoubi, Zohra. (2022). Examining Drivers of Environmentally Conscious Consumer Behavior: Theory of Planned Behavior Extended with Cultural Factors. *Sustainability*, 14(13), 8072. <https://doi.org/10.3390/su14138072>
- Hong, Yingxiu, Al Mamun, Abdullah, Masukujjaman, Mohammad, & Yang, Qing. (2024). Sustainable consumption practices among Chinese youth. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1). <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03582-5>
- Islam, Qamrul, & Ali Khan, Syed Md Faisal. (2024). Assessing Consumer Behavior in Sustainable Product Markets: A Structural Equation Modeling Approach with Partial Least Squares



-
- Analysis. *Sustainability*, 16(8), 3400. <https://doi.org/10.3390/su16083400>
- Kamalanon, Piyanoot, Chen, Ja-Shen, & Le, Tran Thien Y. (2022). "Why Do We Buy Green Products?" an Extended Theory of the Planned Behavior Model for Green Product Purchase Behavior. *Sustainability*, 14(2), 689. <https://doi.org/10.3390/su14020689>
- Kumar, Rakesh, Kumar, Kishore, Sá, José Carlos, Santos, Gilberto, Singh, Rubee, & Carvalho, Sandro. (2023). Modeling Environmentally Conscious Purchase Behavior: Examining the Role of Ethical Obligation and Green Self-Identity. *Sustainability*, 15(8), 6426. <https://doi.org/10.3390/su15086426>
- Laheri, Vishal Kumar, Lim, Weng Marc, Arya, Purushottam Kumar, & Kumar, Sanjeev. (2024). A multidimensional lens of environmental consciousness: towards an environmentally conscious theory of planned behavior. *Journal of Consumer Marketing*, 41(3), 281-297. <https://doi.org/10.1108/jcm-03-2023-5875>
- Lan, Bui Thi Hoang, Phuong, Tran Thi Lan, Dat, Tran Tho, & Truong, Dinh Duc. (2023). Factors Affecting the Purchase Intention of Products with Environmentally Friendly Packaging of Urban Residents in Ho Chi Minh City, Vietnam. *Sustainability*, 15(9), 7726. <https://doi.org/10.3390/su15097726>
- Lopes, João M. M., Gomes, Sofia, & Trancoso, Tiago. (2024). Navigating the green maze: insights for businesses on consumer decision-making and the mediating role of their environmental concerns. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 15(4), 861-883. <https://doi.org/10.1108/sampj-07-2023-0492>
- Ma, Lianfeng, Shahbaz, Pomi, Haq, Shamsheer Ul, & Boz, Ismet. (2023). Exploring the Moderating Role of Environmental Education in Promoting a Clean Environment. *Sustainability*, 15(10), 8127. <https://doi.org/10.3390/su15108127>
- Mafriningsianti, Evi, & Setiadi, Sandi. (2025). TRANSFORMATION OF SMES IN WEST JAVA: BUILDING NATIONAL ECONOMIC RESILIENCE THROUGH DIGITAL INNOVATION. *Branding: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2 SE-Articles), 1-24. <https://doi.org/10.15575/jb.v4i2.51590>
- Mafriningsianti, Evi, & Setiadi, Sandi. (2026). OPTIMIZING COMMUNITY PARTICIPATION TO STRENGTHEN COLLABORATIVE GOVERNANCE IN ADDRESSING URBAN ISSUES IN BEKASI. 3(3).
- Margariti, Kostoula, Hatzithomas, Leonidas, & Boutsouki, Christina. (2024). Elucidating the Gap Between Green Attitudes, Intentions, and Behavior Through the Prism of Greenwashing Concerns. *Sustainability*, 16(12), 5108. <https://doi.org/10.3390/su16125108>
- Maulana, R., Setiadi, S., & Suwandi, E. S. (2025). TRANSFORMASI LIMBAH TEMPE MENJADI PUPUK ORGANIK CAIR RAMAH LINGKUNGAN. *HARUPAT: Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin*, 1(1), 6-12
- Mensah, Kristina, Wieck, Christine, & Rudloff, Bettina. (2023). Sustainable food consumption and Sustainable Development Goal 12: Conceptual challenges for monitoring and implementation. *Sustainable Development*, 32(1), 1109-1119. <https://doi.org/10.1002/sd.2718>
- Nur, Muhammad Arif. (2026). Menteri Lingkungan Hidup: Indonesia Darurat Sampah Nasional, Daerah Garda Terdepan. Retrieved from <http://www.lemhannas.go.id> website: <https://lemhannas.go.id/publikasi/ppid/press-release-detail/277-menteri-lingkungan-hidup-indonesia-darurat-sampah-nasional-daerah-garda-terdepan/id>
- Oliver, Mikah O., Jestratijevic, Iva, Uanhoro, James, & Knight, Dee K. (2023). Investigation of a Consumer's Purchase Intentions and Behaviors towards Environmentally Friendly Grocery



- Packaging. *Sustainability*, 15(11), 8789. <https://doi.org/10.3390/su15118789>
- Patwary, Sarif, Haque, Md Ariful, Kharraz, Jehad A., Khanzada, Noman Khalid, Farid, Muhammad Usman, & Kumar, Nallapaneni Manoj. (2022). Apparel Consumer Behavior and Circular Economy: Towards a Decision-Tree Framework for Mindful Clothing Consumption. *Sustainability*, 15(1), 656. <https://doi.org/10.3390/su15010656>
- Prabawati, Anindita, Frimawaty, Evi, & Haryanto, Joko T. (2023). Strengthening Stakeholder Partnership in Plastics Waste Management Based on Circular Economy Paradigm. *Sustainability*, 15(5), 4278. <https://doi.org/10.3390/su15054278>
- Prakoso, Sugih, & Setiadi, Sandi. (2026). DATA-DRIVEN STRATEGY: HOW BIG DATA SAVES TOURIST DESTINATIONS FROM ENVIRONMENTAL DEGRADATION. 2(2), 404–415.
- Setiadi, Sandi. (2026). *Enhancing Customer Loyalty : The Mediating Effect of Experience on Usability , Security , and Content Quality with Digital Literacy Moderation*. 14(1), 1513–1526. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v14i1.4909>
- Setiadi, Sandi, Alhidayatullah, & Maulana, Rizky. (2025). The Role of Collaboration in Overcoming MSME Challenges: Model Analysis to Improve Competitiveness and Sustainability. *International Journal of Science and Society*, 7(3 SE-Articles). <https://doi.org/10.54783/ijssoc.v7i3.1520>
- Setiadi, Sandi, Maulana, Rizky, & Adah, Eva Fathussya. (2025). *Strategi Digital Shopee Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Fashion Melalui Kesadaran Merek Sebagai Mediator*. 1, 19–41.
- Setiadi, Sandi, Widyastuti, Sri, Zulkifli, & Darmansyah. (2025). Sustainable nature tourism transformation: The strategic role of green tourism in West Java. *Edelweiss Applied Science and Technology*, 9(3), 1544–1569. <https://doi.org/10.55214/25768484.v9i3.5599>
- Setiadi, S. (2026). BAB 2 LATAR BELAKANG DAN PERKEMBANGAN REGULASI KEBERLANJUTAN GLOBAL. GREENWASHING DAN GREENWISHING: STRATEGI, DAMPAK, DAN PENCEGAHAN DALAM BISNIS BERKELANJUTAN Penulis, 18.
- Setiadi, S., Shara, Y., Hudaya, R., & Marietza, F. (2026). GREENWASHING DAN GREENWISHING: STRATEGI, DAMPAK, DAN PENCEGAHAN DALAM BISNIS BERKELANJUTAN Penulis. CV GET PRESS INDONESIA.
- Sobar, Agus, & Setiadi, Sandi. (2025). *User Generated Content dan Daya Tarik Visual dalam Keputusan Pembelian Fashion Lokal TikTok Shop*. (02), 61–70.
- Sobar, A., Maulana, R., & Setiadi, S. (2026). PERAN CUSTOMER EXPERIENCE DALAM MEMEDIASI PENGARUH OMNICHANNEL DIGITAL MARKETING TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PADA UMKM DI KOTA SUKABUMI. REUGREUG: Jurnal Bisnis Digital, Akuntansi, Kewirausahaan, dan Manajemen, 2(01), 239-255.
- Soong, Ya Hue Valerie, Sobkowicz, Margaret J., & Xie, Dongming. (2022). Recent Advances in Biological Recycling of Polyethylene Terephthalate (PET) Plastic Wastes. *Bioengineering*, 9(3), 98. <https://doi.org/10.3390/bioengineering9030098>
- Thuy Phan, Thi Thanh, Nguyen, Van Viet, & Lee, Chun Hung. (2023). Establishing an importance-performance evaluating framework under integrating adaptive capacity for community-based plastic waste management. *Frontiers in Environmental Science*, 11. <https://doi.org/10.3389/fenvs.2023.1243084>
- Tran, Khoa, Luu, Khang, Nguyen, Anh, Nguyen, Tuyet, Tran, Yen, & Nguyen, Y. (2022). Eco-friendly fashion among generation Z: Mixed-methods study on price value image, customer fulfillment, and pro-environmental behavior. *PLOS ONE*, 17(8), e0272789. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0272789>



-
- Weber Macena, Morgana, Carvalho, Rita, Cruz-Lopes, Luísa Paula, & Guiné, Raquel P. F. (2021). Plastic Food Packaging: Perceptions and Attitudes of Portuguese Consumers about Environmental Impact and Recycling. *Sustainability*, 13(17), 9953. <https://doi.org/10.3390/su13179953>
- Widayat, Widayat, Praharjo, Ardik, Putri, Viajeng Purnama, Andharini, Sri Nastiti, & Masudin, Ilyas. (2021). Responsible Consumer Behavior: Driving Factors of Pro-Environmental Behavior toward Post-Consumption Plastic Packaging. *Sustainability*, 14(1), 425. <https://doi.org/10.3390/su14010425>
- Zheng, Jackie, Arifuzzaman, Md, Tang, Xiaomin, Chen, Xi Chelsea, & Saito, Tomonori. (2023). Recent development of end-of-life strategies for plastic in industry and academia: bridging their gap for future deployment. *Materials Horizons*, 10(5), 1608–1624. <https://doi.org/10.1039/d2mh01549h>