

Analisis *Green Consumer Behavior* UD. XYZ Di Mojokerto Dalam Menunjang SDG'S Indonesia

Disusun Oleh:

Yusuf Khoiruddin.

Dosen Pembimbing:

Indah Apriliana Sari Wulandari, ST., MT

Program Study Teknik Industri

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

September 2024

Pendahuluan

'UD. XYZ di Mojokerto memproduksi sepatu dan sandal sintetis, yang sejak 2013 menjadi penyumbang utama pendapatan daerah'. Dengan meningkatnya permintaan melalui toko online, produksi ditingkatkan dari 2.000 pasang per hari, 'tetapi ini juga meningkatkan limbah sintetis yang sulit terurai. Untuk mengurangi dampak lingkungan, perusahaan perlu mengevaluasi prosesnya'.

Konsumen kini lebih memilih produk berkualitas yang tahan lama dan ramah lingkungan. Survei WWF-Indonesia 2017 menunjukkan 63% konsumen bersedia membayar lebih untuk produk ramah lingkungan, sehingga perusahaan harus berinovasi untuk memenuhi permintaan ini. Indonesia berada di peringkat 102 dari 162 negara dalam tantangan aksi iklim, dan perilaku konsumsi hijau (GCB) dapat membantu mewujudkan tujuan SDGs. Penelitian menggunakan metode ANP dan regresi linier berganda untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi GCB.

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

Seberapa besar kepedulian konsumen terhadap lingkungan dari penggunaan sepatu?

Metode

Metode ANP (*Analytic Network Process*) merupakan metode yang efektif untuk menggambarkan tingkat kepentingan dari berbagai pihak dengan mempertimbangkan hubungan yang saling terkait antara kriteria dan subkriteria.

-Vanany, 2004

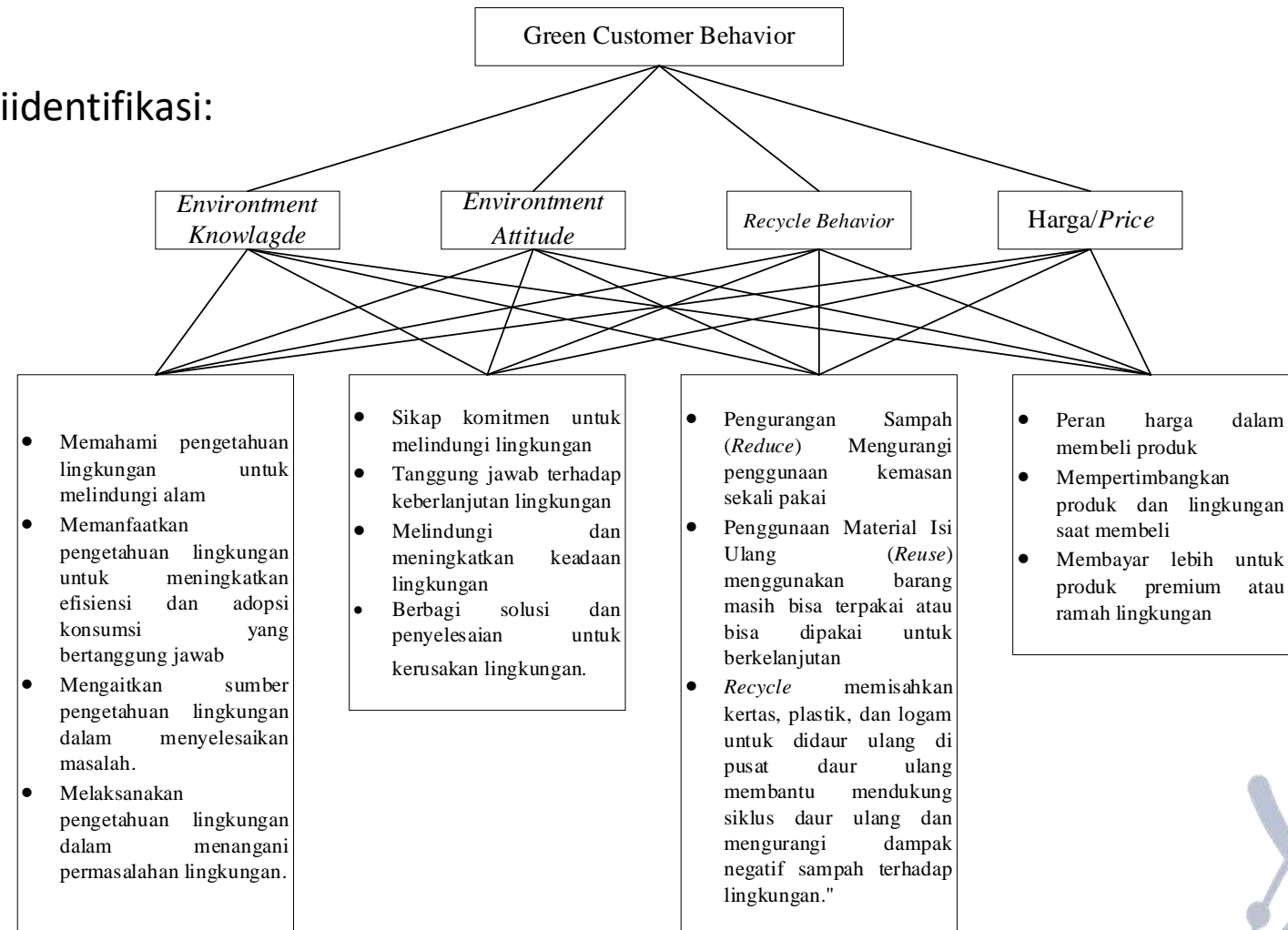
Regresi linier berganda ialah algoritma yang digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel respons dengan minimal dua variabel predictor.

-Sulistyono, 2017

Hasil

UJI Analytical Network Process

Kriteria dan sub-sub kriteria yang telah diidentifikasi:



Hasil

UJI Analytical Network Process

Berikut merupakan hasil dari olah data menggunakan *Super Decision* :

Tabel 1 Hasil Olah Data *Analytic Network Process* (ANP)

<i>Name</i>	<i>Normalized By Cluster</i>	<i>Limiting</i>
<i>Environment attitude</i>	0.20195	0.151463
<i>Environment knowledge</i>	0.16475	0.123566
<i>Pengaruh harga</i>	0.13977	0.104824
<i>Recycle behavior</i>	0.16020	0.120147

Dari hasil diatas dapat dilihat jika *environment attitude* memiliki nilai *Limiting* tertinggi yaitu 0,151463 yang berarti kriteria tersebut merupakan kriteria yang memiliki pengaruh terbesar daripada kriteria lainnya. Oleh karena itu dipilih *environment attitude* sebagai variabel terikat dalam penelitian dan *environment knowledge*, pengaruh harga dan *recycle behavior* sebagai variabel bebas.

Hasil

Uji Regresi Linier Berganda

1. Uji Validitas

Analisa faktor digunakan untuk mengorelasikan jumlah faktor dengan nilai yang diukur dimana 5% (0,05) dan *degree of freedom* sebesar $df = n-2$ (70-2= 68) sehingga nilai *r* tabel yang didapatkan sebesar 0,2352. Berdasarkan tabel 2 dapat disimpulkan bahwa semua item memiliki nilai *corrected item – total correlation* diatas 0,2352. Dapat dikatakan semua item pernyataan pada tiap variabel penelitian valid.

Tabel 1 Uji Validitas

Indikator	Sub Indikator	R hitung
<i>Environment Attitude</i>	Komitmen perlindungan lingkungan	1
	Tanggung jawab	0,410**
	Perlindungan lingkungan	0,332**
	Berbagi solusi	0,251**
	Memahami <i>green consumer</i>	0,281**
	Memanfaatkan pengetahuan	0,244**
<i>Environment knowledge</i>	Keterkaitan pengetahuan lingkungan	0,283**
	Implementasi pengetahuan	0,353**
	Mengurangi produk sekali pakai	0,377*
<i>Recycle behavior</i>	Menggunakan kembali produk yang masih bisa dipakai	0,364*
	Mendaur ulang produk	0,353**
	Peran harga	0,283**
<i>Price</i>	Pertimbangan produk dan lingkungan	0,376**
	Kesediaan membayar lebih	0,251**
	Total	0,614**

Hasil

2. Uji Reliabilitas

Jika nilai *Cronbatch's Alpha* > 0,60, maka variabel pada penelitian dikatakan reliabel.

Tabel 3 Uji Reliabilitas

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
,858	14

Berdasarkan tabel 3 diatas dapat diketahui bahwa nilai *cronbatch's alpha* yang diperoleh variabel adalah 0,858 > 0,60. Terkait demikian, semua variabel penelitian dikatakan reliabel atau konsisten serta dapat digunakan untuk pengujian lebih lanjut.

Hasil

a. Uji Asumsi Klasik

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah data yang bersangkutan berdistribusi normal atau tidak. Jika nilai signifikansi $>0,05$ maka data dikatakan tidak normal. Namun jika nilai signifikansi $<0,05$ maka data dikatakan normal.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,85633517
Most Extreme Differences	Absolute	,055
	Positive	,048
	Negative	-,055
Test Statistic		,055
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Hasil dari pengujian yang telah dilakukan menunjukkan hasil nilai signifikan dari uji *Kolmogorov Smirnov* sebesar 0.200 dimana nilai menunjukkan lebih dari 0,05. Sehingga dapat di simpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

Hasil

B. Uji Linieritas

Hubungan variabel dikatakan signifikan atau terdapat hubungan antar variabel yang linear. Jika taraf signifikansi didalam uji linieritas menunjukkan angka 0,05 atau kurang dari 0,05.

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between (Combined) X1 * Y1 Groups	165,549	10	16,555	3,873	,000
Linearity	121,093	1	121,093	28,326	,000
Deviation from Linearity	44,456	9	4,940	1,155	,340
Within Groups	252,222	59	4,275		
Total	417,771	69			

‘Berdasarkan hasil di atas, dapat diketahui bahwa variabel terikat X1 (*Environment attitude*) dan variabel bebas Y1 (*Environment knowledge*) memiliki nilai signifikansi < 0,05. Artinya terdapat hubungan yang linier antara variabel bebas dengan variabel terikat.’

Hasil

B. Uji Linieritas

Hubungan variabel dikatakan signifikan atau terdapat hubungan antar variabel yang linear. Jika taraf signifikansi didalam uji linieritas menunjukkan angka 0,05 atau kurang dari 0,05.

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between (Combined)	111,500	8	13,938	2,776	,011
X1 * Y2 Groups	74,123	1	74,123	14,763	,000
Linearity	37,377	7	5,340	1,063	,398
Deviation from Linearity					
Within Groups	306,271	61	5,021		
Total	417,771	69			

Berdasarkan hasil di atas, dapat diketahui bahwa variabel terikat X1 (*Environment attitude*) dan variabel bebas Y2 (*Reccle Behavior*) memiliki nilai signifikansi $< 0,05$. Artinya terdapat hubungan yang linier antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Hasil

B. Uji Linieritas

Hubungan variabel dikatakan signifikan atau terdapat hubungan antar variabel yang linear. Jika taraf signifikansi didalam uji linieritas menunjukkan angka 0,05 atau kurang dari 0,05.

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between (Combined)	196,802	7	28,115	7,888	,000
X1 * Y3 Groups					
Linearity	162,719	1	162,719	45,656	,000
Deviation from Linearity	34,083	6	5,681	1,594	,164
Within Groups	220,970	62	3,564		
Total	417,771	69			

Berdasarkan hasil di atas, dapat diketahui bahwa variabel terikat X1 (*Environment attitude*) dan variabel bebas Y3 (*Price*) memiliki nilai signifikansi $< 0,05$. Artinya terdapat hubungan yang linier antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Hasil

c. Uji Auto Korelasi

Uji autokorelasi ini digunakan untuk melihat apakah ada atau tidak autokorelasi. Seharusnya model regresi yang baik tidak terdapat autokorelasi.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,656 ^a	,431	,405	1,898	2,124

a. Predictors: (Constant), Y3, Y2, Y1

b. Dependent Variable: X1

Pada penelitian ini responden yang diambil yaitu 70 atau $N=70$ dengan jumlah variabel bebas 3 atau $K=3$, sehingga diperoleh $dL=1,5245$ dan $dU=1,7028$. Maka $dU < dW < 4-dU$. Dari gambar diatas didapatkan nilai DW (*Durbin-Watson*) sebesar 2,124. Dengan dasar pengambilan keputusan: ($dU < dW < 4-dU=1,7028 < 2,124 < 2,2972$), maka tidak terjadi autokorelasi dalam regresi berganda yang digunakan

Hasil

d. Uji Multikolinieritas

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independent.

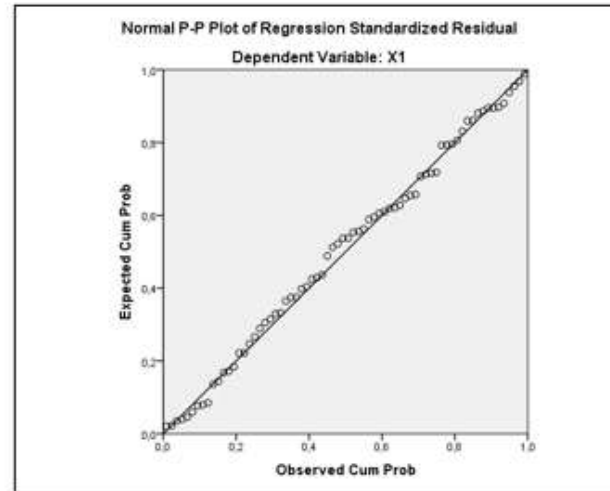
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	1,696	1,778		,954	,344		
	Y1	,241	,138	,217	1,743	,006	,558	1,793
	Y2	,114	,152	,084	1,749	,006	,680	1,471
	Y3	,626	,173	,446	3,616	,001	,566	1,768

a. Dependent Variable: X1

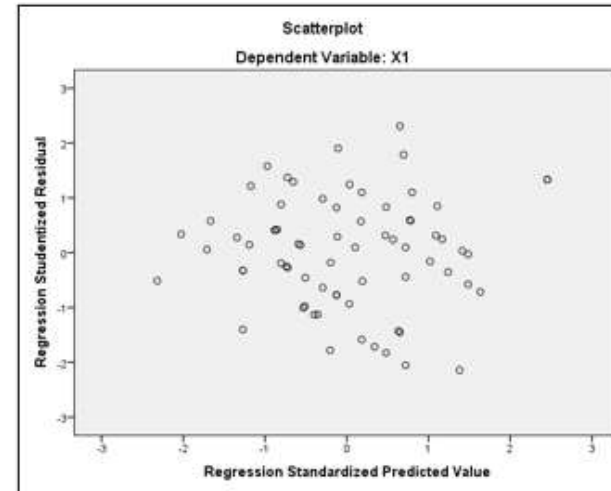
Dari tabel di atas menjelaskan jika nilai *variance inflation factor* (VIF) untuk variabel Y1 (*Environment knowledge*) bernilai 1,793 untuk < 10 , untuk kriteria Y2 (*Recycle behavior*) senilai 1,471 < 10 dan untuk nilai Y3 (*price*) 1,768 < 10 , Dapat kita simpulkan bahwa nilai seluruh variabel independen kurang dari 10. Hal yang sama juga berlaku jika semua nilai toleransi $>$ dari 0,10. Maka tidak ada multikolinearitas dalam model regresi penelitian ini.

Hasil

e. Uji Heterokedastisitas.



Gambar 3 Normal
P-Plot Of Standarized Residual



Gambar 4 *Scatterplot*

Berdasarkan hasil dari Normal *P-Plot Of Standarized Residual* gambar 3 diketahui bahwa titik-titik menyebar berhimpit di sekitar garis diagonal serta penyebarannya mendekati atau hampir mendekati garis diagonal. Hal ini menunjukkan jika data berdistribusi normal dan memenuhi uji normalitas. Gambar 4 menunjukkan bahwa *plot* residual menyebar tidak beraturan (acak) dan tidak membentuk pola tertentu. Maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil

3. Uji Analisa Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,696	1,778		,954	,344
	Y1	,241	,138	,217	1,743	,006
	Y2	,114	,152	,084	1,749	,006
	Y3	,626	,173	,446	3,616	,001

a. Dependent Variable: X1

Persamaan regresi menunjukkan bahwa konstanta bernilai 1,696 saat environment knowledge, recycle behavior, dan price bernilai 0. Koefisien regresi untuk environment knowledge sebesar 0,241, yang berarti peningkatan pengetahuan lingkungan sebesar 1 satuan meningkatkan recycle behavior dan rela membayar lebih sebesar 0,241. Koefisien regresi untuk recycle behavior adalah 0,114, yang menunjukkan peningkatan kebiasaan daur ulang sebesar 1 satuan meningkatkan pengetahuan lingkungan dan rela membayar lebih sebesar 0,114. Koefisien regresi untuk price sebesar 0,626, menunjukkan bahwa semakin bersedia konsumen membayar lebih, semakin tinggi pengetahuan lingkungan dan kebiasaan daur ulang.

Hasil

1. Uji T Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1,696	1,778		,954	,344
	Y1	,241	,138	,217	1,743	,006
	Y2	,114	,152	,084	1,749	,006
	Y3	,626	,173	,446	3,616	,001

a. Dependent Variable: X1

Tabel diatas merupakan hasil uji-t dimana nilai alpha sebesar 5% (0,05) dan nilai *degree of freedom* sebesar $k=3$ dan $df = n-k-1 = 70-3-1 = 66$, maka diperoleh ttabel sebesar 1,668 dan dapat disimpulkan bahwa:

- Pengaruh *environment knowledge* terhadap *recycle behavior* dan *price* berdasarkan hasil uji t diperoleh thitung sebesar 1,743 dan nilai sig. $0.006 < 0,05$ yang artinya thitung lebih besar dari ttabel maka *environment knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *recycle behavior* dan *price*.
- Pengaruh *recycle behavior* terhadap *environment knowledge* dan *price* berdasarkan hasil uji t diperoleh thitung sebesar 1,749 dan nilai sig. $0.006 < 0,05$ yang artinya thitung lebih besar dari ttabel maka *recycle behavior* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *environment knowledge* dan *price*.
- Pengaruh *price* terhadap *environment knowledge* dan *recycle behavior* berdasarkan hasil uji t diperoleh thitung sebesar 3,616 dan nilai sig. $0.001 < 0,05$ yang artinya thitung lebih besar dari ttabel maka *price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *environment knowledge* dan *recycle behavior*.

Hasil

2. Uji R Square

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,656 ^a	,431	,405	1,898

a. Predictors: (Constant), Y3, Y2, Y1

Didapatkan nilai R 0,656 atau 65,6%. Yang berarti naik turunnya kebiasaan konsumen untuk membiasakan memakai produk ramah lingkungan terpengaruh oleh *environment knowledge*, *recycle behavior* dan *price* sebesar 65,6%, sedangkan sisanya terpengaruh variabel lain di luar penelitian.

Pembahasan

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diperoleh hasil bahwa pengetahuan konsumen terhadap produk ramah lingkungan berpengaruh kepada kebiasaan konsumen untuk mendaur ulang produk yang telah dipakai, selain itu harga produk juga sangat berpengaruh terhadap pemakaian produk yang ramah lingkungan. Mayoritas produk ramah lingkungan memiliki nilai yang lebih tinggi, oleh karena itu variable harga ini sangat berpengaruh kepada green behavior konsumen.
2. Pada penelitian ini diperoleh 4 variabel penelitian yang digunakan untuk mengukur *green behavior konsumen* yaitu *environment attitude*, *environment knowledge*, *recycle behavior*, dan *price*. Diantara keempat variabel tersebut variabel harga memiliki peran yang sangat besar, hal ini disebabkan oleh pengaruh penghasilan konsumen.

Temuan Penting

1. Kebiasaan mengkonsumsi produk ramah lingkungan dipengaruhi oleh Tingkat pendapatan konsumen.
2. Kurangnya kepedulian konsumen tentang isu lingkungan juga sangat berpengaruh kepada green consumer behavior.
3. Perlunya peningkatan pemahaman dan kepedulian konsumen tentang isu lingkungan.

Manfaat Penelitian

1. Mengetahui indikator untuk mengukur *Green Consumers Behavior*.
2. Mengetahui seberapa besar kepedulian konsumen terhadap lingkungan dari penggunaan produk sepatu pada UD.XYZ.

Referensi

- [1] Y. Artanti, “Yunita dan Yessy artanti; Pengaruh Gaya Hidup ...,” *Ilmu Manaj.*, vol. 2, no. 2009, hal. 1433–1443, 2014.
- [2] E. Suhayati dan N. N. Supriatna, “Strategi Penjualan Di Marketplace Shopee Untuk Meningkatkan Penjualan Sepatu Kulit Pada 10 Umkm Di Cibaduyut Bandung,” *JUARA J. Wahana Abdimas Sejah.*, hal. 34–50, 2022, doi: 10.25105/juara.v3i1.10014.
- [3] C. Thalia, T. Setya, dan H. Azhar, “Perancangan Sneakers Wanita Menggunakan Limbah Kulit Sintetis Sepatu (Studi Kasus : PT . Nokha International Group),” vol. 10, no. 1, hal. 1–17, 2023.
- [4] I. A. S. Wulandari, H.C. Wahyuni, I. Marodiyah dan N. R. Hanun, “*Environment Performance Indeks Assesment On Food Production: A Case Study in Indonesia*,” *J. Tek. Ind.*, vol. 28, no. 2, hal. 93–104, 2022, doi: 10.22219/jtiumm.vol23.no2.93-104.
- [5] A. Puspitasari, E. Maria, dan T. Winarni, “Pemilihan Desain Produk Baru Pupuk Organik Ramah Lingkungan,” *J. Rekayasa Lingkung.*, vol. 21, no. 2, hal. 38–42, 2021, doi: 10.37412/jrl.v21i2.115.
- [6] Manongko dan Dr.Allen, *Green Marketing (Suatu Perspektif Marketing Mix & Theory of Planned Behavior)*. 2018.
- [7] W. Firdausy Rahma Agustiningrum Setiawan, “IPF : Inovasi Pendidikan Fisika ISSN : 2302-4496 IPF : Inovasi Pendidikan Fisika,” *Inov. Pendidik. Fis.*, vol. 09, no. 01, hal. 45–49, 2020.
- [8] A. Hastuti, C. Anam, dan Dkk, “Tujuan pembangunan berkelanjutan indonesia 2022,” hal. 29, 2022.

Referensi

- [9] K. Kunci, “Green Consumer Behavior Najla Afifah,” vol. 11, no. 2, hal. 84–92, 2022, doi: 10.15294/ijc.v11i2.37485.
- [10] E. Hariyadi, E. Maryani, dan W. Kastolani, “Analisis literasi lingkungan pada mahasiswa pendidikan geografi,” *Gulawentah Jurnal Stud. Sos.*, vol. 6, no. 1, hal. 1, 2021, doi: 10.25273/gulawentah.v6i1.6685.
- [11] A. T. Haryono, “Pengaruh Environmental Knowledge dan Environmental Attitude Terhadap Pro-Environmental Purchasing Behaviour (Sebuah Study Tentang Perilaku Konsumen Gen Z),” *AKSES J. Ekon. dan Bisnis*, vol. 16, no. 2, hal. 102–113, 2021, doi: 10.31942/akses.v16i2.5552.
- [12] A. S. Rini¹, I. P. G. S. I. G. A. K. Giantari³, dan I. 1, 2, 3 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, “Lingkungan Terhadap Sikap Dan Niat Beli Produk Hijau ‘ The Body Shop ’ Di Kota Denpasar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia PENDAHULUAN Semakin pesatnya perkembangan industri di Indonesia , terkadang tidak diikuti dengan keg,” vol. 1, hal. 137–166, 2017.
- [13] K. S. Utami, “Green Consumers Behavior: Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Ramah Lingkungan,” *J. Maksipreneur Manajemen, Koperasi, dan Entrep.*, vol. 9, no. 2, hal. 209, Mar 2020, doi: 10.30588/jmp.v9i2.499.
- [14] L. Hutabarat dan A. Mulyani, “Analisis Korelasi Tingkat Pemahaman Masyarakat terhadap Perilaku Pemilahan dan Pengolahan Sampah di Dusun Pade Mare Lombok Utara,” *J. Ilmu Lingkung.*, vol. 20, no. 3, hal. 646–653, 2022, doi: 10.14710/jil.20.3.646-653.

Referensi

- [16] dan O. Y. Prijati, "Ody Yustiawan Prijati Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya," vol. 5, hal. 1–20, 2016
- [17] A. Sulistyohati, T. Hidayat, K. Kunci: Ginjal, S. Pakar, dan M. Dempster-Shafer, "Aplikasi Sistem Pakar Diagnosa Penyakit Ginjal Dengan Metode Dempster-Shafer," *Semin. Nas. Apl. Teknol. Inf.*, vol. 2008, no. Snati, hal. 1907–5022, 2008.
- [18] I. Vanany, "Aplikasi Analytic Network Process (ANP) Pada Perancangan Sistem Pengukuran Kinerja (Studi Kasus pada PT. X)," *J. Tek. Ind.*, vol. 5, no. 1, hal. 50–62, 2004, doi: 10.9744/jti.5.1.50-62.
- [19] D. Setyawarno, "Panduan Statistik Terapan Untuk Penelitian Pendidikan: Analisis Data Penelitian dalam Bidang Pendidikan dengan Aplikasi SPSS Versi 22," *Pendidik. IPA FMIPA UNY*, hal. 116, 2016
- [20] S. Sulistyono and W. Sulistiyowati, "Peramalan Produksi dengan Metode Regresi Linier Berganda," *prozima*, vol. 1, no. 2, pp. 82–89, Dec. 2017, doi: 10.21070/prozima.v1i2.1350
- [21] Q. Salma, N. L. W. Utari, Shamia, N. K. A. Aristani, dan A. A. D. J. D. Dewi, "Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia," *E-Jurnal Akunt. Univ. Udayana. 9.1*, vol. 1, no. ISSN: 2302-8556, hal. 30, 2020.
- [22] A. T. Wahyudi, "The Effect of Service Quality, Product Quality, and Brand Image on Customer Satisfaction in the PT.Babarafi Indonesia Franchise, Depo Sidoarjo Branch (Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Waralaba PT.Babarafi Indonesia Cabang Depo Sidoarjo)".

