

Green Consumer Behavior Analysis of UD XYZ Mojokerto in Supporting Indonesia's SDG'S

[Analisis Green Consumen Behavior UD. XYZ Di Mojokerto Dalam Menunjang SDG'S Indonesia]

Yusuf Khoiruddin¹⁾, Indah Apriliana Sari Wulandari^{*2)}

¹⁾Program Studi Teknik Industri, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾Program Studi Teknik Industri, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: indahapriliana@umsida.ac.id

Abstract. *The climate change caused by industrial emissions, burning fossil fuels, and economic development are key factors contributing to environmental issues. To reduce environmental problems, the role of consumers is very important to help realize an environmentally friendly Indonesia. This study aims to determine the green habits of consumers in one of the shoe companies in the city of Mojokerto to support an Indonesia free from environmental problems. The method used in this study is Analytical Process Network (ANP) method and Multiple Linear Regression to determine the relationship between green customer behavior. The sampling used is random sampling with a total of 70 respondents. The results of this study are the variable that has the highest influence is the price variable, this is due to the level of consumer income. High income supports green consumers to meet their needs for environmentally friendly products which are actually more expensive than ordinary products.*

Keywords – ANP, Linear Regression, Customer Behavior.

Abstrak. *Perubahan iklim yang disebabkan dari emisi industri, pembakaran bahan bakar fosil, serta pembangunan ekonomi yang tidak memperhatikan lingkungan merupakan faktor penyebab masalah lingkungan. Untuk mengurangi permasalahan lingkungan peran konsumen juga sangat penting untuk membantu mewujudkan Indonesia yang ramah lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kebiasaan hijau konsumen pada salah satu perusahaan sepatu yang ada di kota Mojokerto untuk menunjang Indonesia yang bebas masalah lingkungan. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode Analytical Process Network (ANP) dan Uji Regresi Linier Berganda untuk mengetahui hubungan green customer behavior. Pengambilan sampel yang digunakan adalah random sampling dengan jumlah responden 70 responden. Hasil dari penelitian ini yaitu variabel yang memiliki pengaruh tertinggi yaitu variabel harga, hal ini disebabkan oleh tingkat penghasilan konsumen. Penghasilan yang tinggi mendukung green consumer untuk memenuhi kebutuhannya terhadap produk ramah lingkungan yang kenyataannya harganya lebih mahal dibandingkan produk biasa.*

Kata Kunci – ANP, Regresi Linear Berganda, Customer Behavior

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

UD. XYZ merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang industri pembuatan sepatu dan sandal berbahan sintetis. UD. XYZ ini terfokus pada produksi pembuatan sepatu dan sandal berbahan sintetis yang berada di Mojokerto. Pada tahun 2013 produksi alas kaki atau sepatu menjadi pelopor utama dalam menyumbang pendapatan kabupaten Mojokerto [1]. Semenjak konsumen mengenal teknologi seperti *online shop* peningkatan permintaan juga berkembang pesat [2]. *Output* Produksi pada perusahaan perhari yang biasanya menghasilkan 2000 pasang sepatu, semenjak itu permintaan produk, jumlah distributor perusahaan meningkatkan, oleh karena itu jumlah produksinya ditingkatkan untuk memenuhi permintaan konsumen. Limbah yang ditimbulkan dari produksi adalah limbah kulit sintetis, kulit sintetis merupakan bahan yang dibuat menyerupai dengan kulit asli. Seiring banyaknya permintaan, limbah produksi juga bertambah banyak sedangkan limbah dari bahan sintetis merupakan limbah susah terurai, yang bisa terurai membutuhkan waktu 20-200 tahun [3]. Oleh karena itu perusahaan harus mengevaluasi proses produksinya untuk mengurangi dampak lingkungan yang ditimbulkan [4].

UD. XYZ merupakan perusahaan produksi sepatu yang menggunakan bahan sintetis. Salah satu tuntutan permintaan konsumen adalah sepatu yang berkualitas tinggi dan tahan lama dibandingkan dengan produk yang murah namun cepat rusak. Fenomena ini terjadi karena konsumen semakin menyadari produk yang cepat rusak akan berakibat peningkatan limbah sampah. Hasil survei WWF-Indonesia pada tahun 2017 menunjukkan jika 63% konsumen di Indonesia bersedia membayar lebih mahal untuk sebuah produk ramah lingkungan [5]. Perilaku konsumen terhadap produk hijau atau produk yang berkelanjutan didasari oleh faktor lingkungan, kesehatan dan pertimbangan dari beberapa negara di kawasan dunia yang merespon positif terhadap produk ramah lingkungan [6]. Untuk meningkatkan daya saing usaha, perusahaan perlu meriset kembali inovasi produk dan disesuaikan dengan

segala bentuk perilaku, permintaan dan gaya hidup konsumen guna untuk mencapai kepuasan konsumen yang berpotensi pada produktivitas perusahaan.

Sustainable Development Goal (SDGs) merupakan ukuran dari keberlanjutan suatu pembangunan suatu negara yang dilakukan untuk mencapai 17 goalsnya. Perubahan iklim yang disebabkan dari emisi industri, pembakaran bahan bakar fosil, serta pembangunan ekonomi yang tidak memperhatikan lingkungan merupakan faktor penyebab masalah lingkungan SDGs point 13 dari 17 point goalsnya dan yang paling mempengaruhi SDGs lainnya. Pada riset 2019 menyebutkan bahwa Indonesiaberdada di peringkat 102 dari 162 negara dalam hal tantangan aksi iklim (SDG ke-13). Oleh karena itu, mewujudkan SDGs dapat dimulai dengan mengajarkan kepedulian lingkungan [7]. Penerapan SDGs dapat didukung dengan menunjukkan perilaku konsumsi hijau atau bisa disebut dengan *Green Consume Behavior* [8]. *Green Consumer Behavior* (GCB) atau bisa disebut perilaku konsumen hijau merupakan sebuah sifat atau kepribadian personal seseorang dalam memilih atau membeli sebuah produk dengan mempertimbangkan dampaknya terhadap lingkungan[9]. Pada penelitian pertama peneliti menggunakan metode ANP untuk menentukan indikator kunci dari beberapa indikator yang menyangkut pada penelitian. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi GCB pada konsumen pada penelitian ini peneliti menggunakan metode ANP dan regresi linier berganda.

Penelitian terdahulu mengenai *green konsumen behavior* adalah Thalia [3] untuk mengatasi limbah kulit sintetis yang dihasilkan dari salah satu industri di kota Bandung yaitu dengan mendaur ulang limbah kulit sintetis menjadi material alternatif pembuatan produk sneakers. Wulandari [4] untuk mengatasi limbah kain yang ditimbulkan dari produksi sepatu, dilakukan daur ulang limbah dengan mengumpulkan dan menyatukan potongan limbah kain menjadi lembaran yang nantinya digunakan sebagai material produk tas.

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

II. METODE

A. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan di UD. XYZ yang terletak di Jl. Masjid Tiban Daleman, Dalmon Utara, Japan, Kecamatan Sooko, Mojokerto. Penelitian ini dilakukan dari bulan Oktober 2023 sampai Maret 2024.

B. Pengambilan Data

Terdapat dua jenis data yang digunakan selama penelitian yaitu data sekunder dan data primer.

1. Data Primer

1. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan beberapa orang pakar di bidangnya yaitu bidang lingkungan dan industri. Wawancara dilakukan dengan menyajikan sejumlah pertanyaan dan informasi untuk menemukan indikator kunci.

2. Penyebaran Kuesioner

Penyebaran kuesioner pada responden yang merupakan konsumen atau distributor di wilayah Mojokerto sampai dengan Jawa Timur. Dalam menentukan jumlah sampel representatif yaitu tergantung pada jumlah indikator dikali dengan 5 sampai 10. Berikut rumus penentuan sampel yang digunakan

$$N = (5 \text{ sampai } 10) \times \text{jumlah indikator (1)}$$

Sumber:[10]

Untuk mencapai batas minimal responden, maka variabel yang diteliti dikalikan 5. Pada penelitian ini, jumlah sampel yang di ambil adalah :

$$N = 5 \times 14 \text{ indikator}$$

$$N = 70 \text{ sampel}$$

2. Data sekunder

Data sekunder diperoleh dari jurnal, artikel, buku dan dari referensi lainnya.

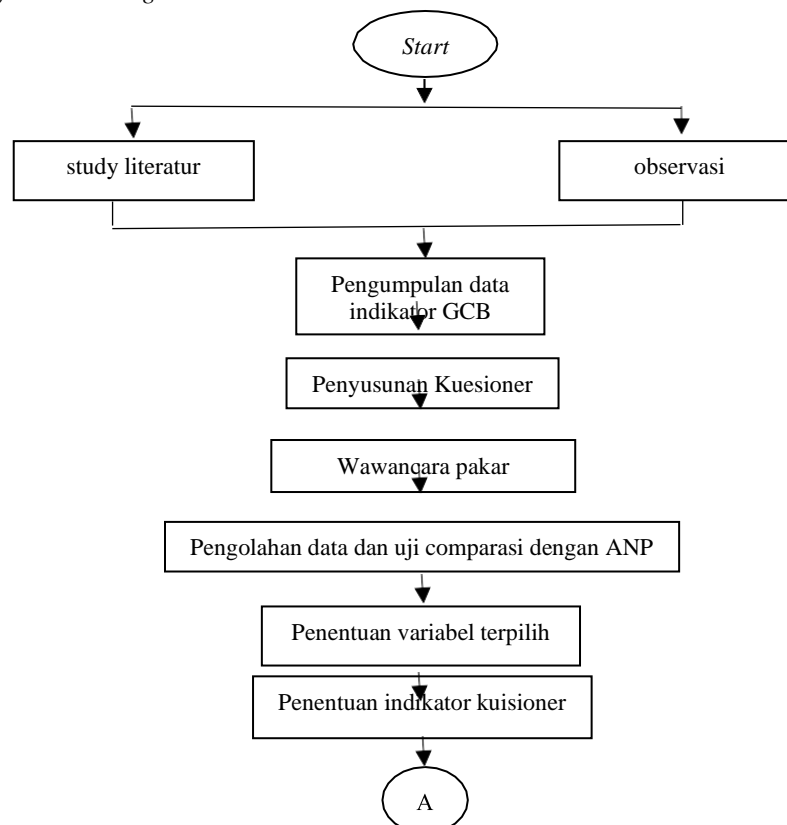
Tabel 2.1 Variabel Penelitian

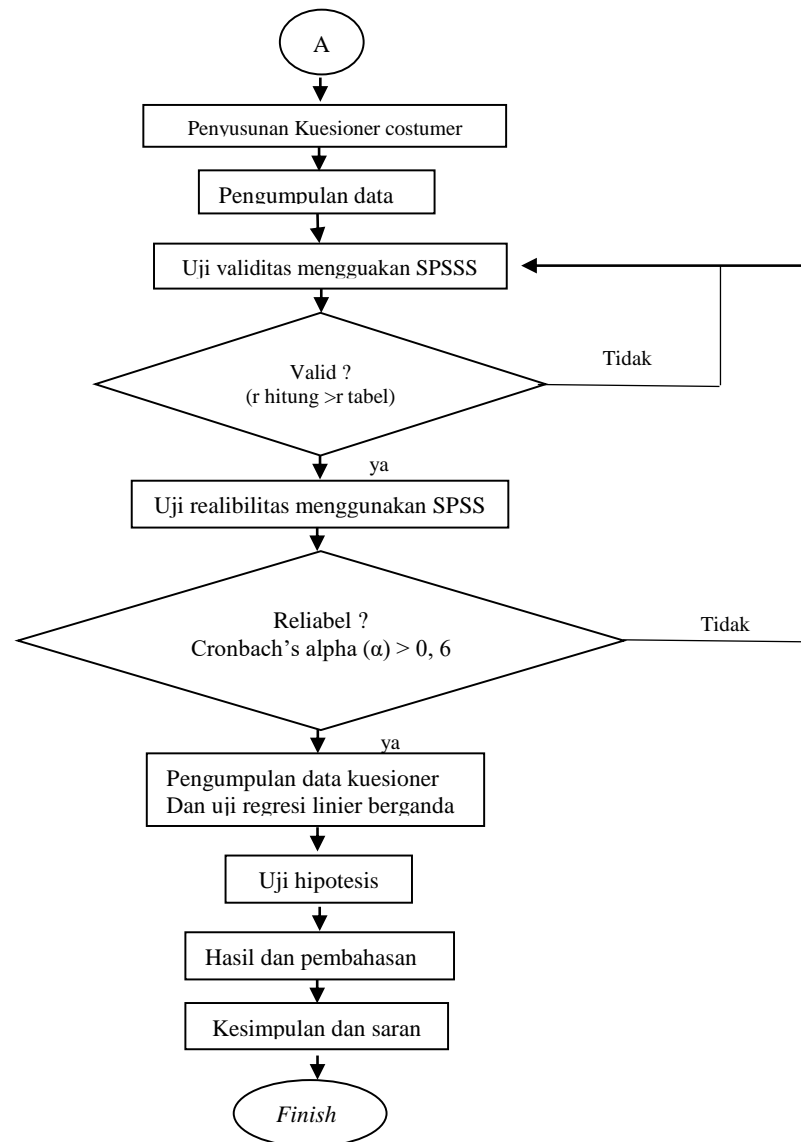
Variabel	Indikator	Definisi	Sub Indikator	Sumber
<i>Green Consumers Behavior</i>	<i>Environment Attitude</i>	(Sikap atau tindakan personal individu dalam membuat keputusan terkait kepedulian terhadap faktor penting dalam upaya meningkatkan kualitas lingkungan.)	• Sikap komitmen untuk melindungi lingkungan • Tanggung jawab terhadap keberlanjutan lingkungan	[11][12][10] [13]
	sikap terhadap lingkungan	Perilaku individu yang di-	• Melindungi dan meningkatkan keadaan lingkungan • Berbagi solusi dan penyelesaian untuk kerusakan lingkungan.	
	<i>Environment Knowledge</i>	Perilaku individu yang di- pengaruhi oleh	• Memahami pengetahuan lingkungan untuk melindungi alam	[11][12][10]

Variabel	Indikator	Definisi	Sub Indikator	Sumber
	(pengetahuan terhadap lingkungan)	kepeduliannya terhadap lingkungan tercermin dalam tindakan mencari, mem-beli, menggunakan, meng-evaluasi, dan membuang produk.	<ul style="list-style-type: none"> • Memanfaatkan pengetahuan lingkungan untuk meningkatkan efisiensi dan adopsi konsumsi yang bertanggung jawab • Mengaitkan sumber pengetahuan lingkungan dalam menyelesaikan masalah. • Melaksanakan pengetahuan lingkungan dalam menangani permasalahan lingkungan. 	
	<i>Recycle Behavior</i> perilaku mendaur ulang	(Perilaku individu yang dipengaruhi oleh kepeduliannya terhadap lingkungan tercermin dalam cara individu tersebut mengelola sampah untuk mencegah adanya pencemaran)	<ul style="list-style-type: none"> • Pengurangan Sampah (<i>Reduce</i>) Mengurangi penggunaan kemasan sekali pakai • Penggunaan Material Isi Ulang (<i>Reuse</i>) menggunakan barang masih bisa terpakai atau bisa dipakai untuk berkelanjutan • <i>Recycle</i> memisahkan kertas, plastik, dan logam untuk didaur ulang di pusat daur ulang membantu mendukung siklus daur ulang dan mengurangi dampak negatif sampah terhadap lingkungan." 	[13][14]
	Harga	(Perbandingan harga dan pengaruh merek dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih produk)	<ul style="list-style-type: none"> • Peran harga dalam membeli produk • Mempertimbangkan produk dan lingkungan saat membeli • Membayar lebih untuk produk premium atau ramah lingkungan 	[6][15][16]

C. Alur Penelitian.

Gambar 1 merupakan bentuk diagram alur dari penelitian yang menunjukkan keseluruhan alur penelitian menggunakan *flowchart diagram*:





Gambar 1 Flowchart Diagram

Langkah- langkah penelitian:

- 1) Studi literatur dilakukan dengan mengamati dan mencari informasi pada buku, jurnal, laporan dan beberapa artikel yang mempunyai kaitan dengan penelitian. Pengumpulan data primer dilakukan langsung atau observasi ke tempat produksi dan beberapa tempat distributor untuk mengamati proses produksi, penjualan dan minat atau permintaan konsumen.
- 2) pengumpulan data indikator *Green Consumers Behavior* juga membutuhkan wawancara dan beberapa kuesioner yang ditujukan kepada pakar atau orang yang ahli pada bidang lingkungan dan industri untuk menentukan indikator kunci atau yang paling berpengaruh [17].
- 3) Pengolahan data dan uji comparasi dari kuesioner yang ditujukan kepada pakar dengan menggunakan ANP (*Analytic Network Procces*) yang digunakan untuk menentukan indikator yang paling berpengaruh. Metode ANP (*Analytic Network Procces*) merupakan metode yang efektif untuk menggambarkan tingkat kepentingan dari berbagai pihak dengan mempertimbangkan hubungan yang saling terkait antara kriteria dan subkriteria [18].
- 4) Penentuan variabel terpilih dari hasil uji comparasi dengan ANP.
- 5) Penyusunan kuesioner dilakukan untuk diberikan kepada responden atau konsumen pembelian produk perusahaan digunakan untuk mencari seberapa besar perilaku konsumen terhadap pembelian produk yang berkelanjutan.
- 6) Uji validitas untuk mengukur validitas dengan menggunakan *software* SPSS apabila tidak valid perlu penyusunan kuesioner kembali [19]. Berikut merupakan rumus uji validitas:

$$r_{xy} = \frac{XY - (X)(Y)}{\sqrt{NX^2 - (X^2)NY^2 - (Y^2)N}} \quad (2)$$

Sumber: [16]

- 7) Uji reliabilitas untuk mengukur konsistensi data. Berikut merupakan rumus uji reliabilitas:

$$R(t) = \frac{NS(t)NT(t)}{N^2} = 1 - \frac{NF(t)NT(t)}{N^2} \quad (3)$$

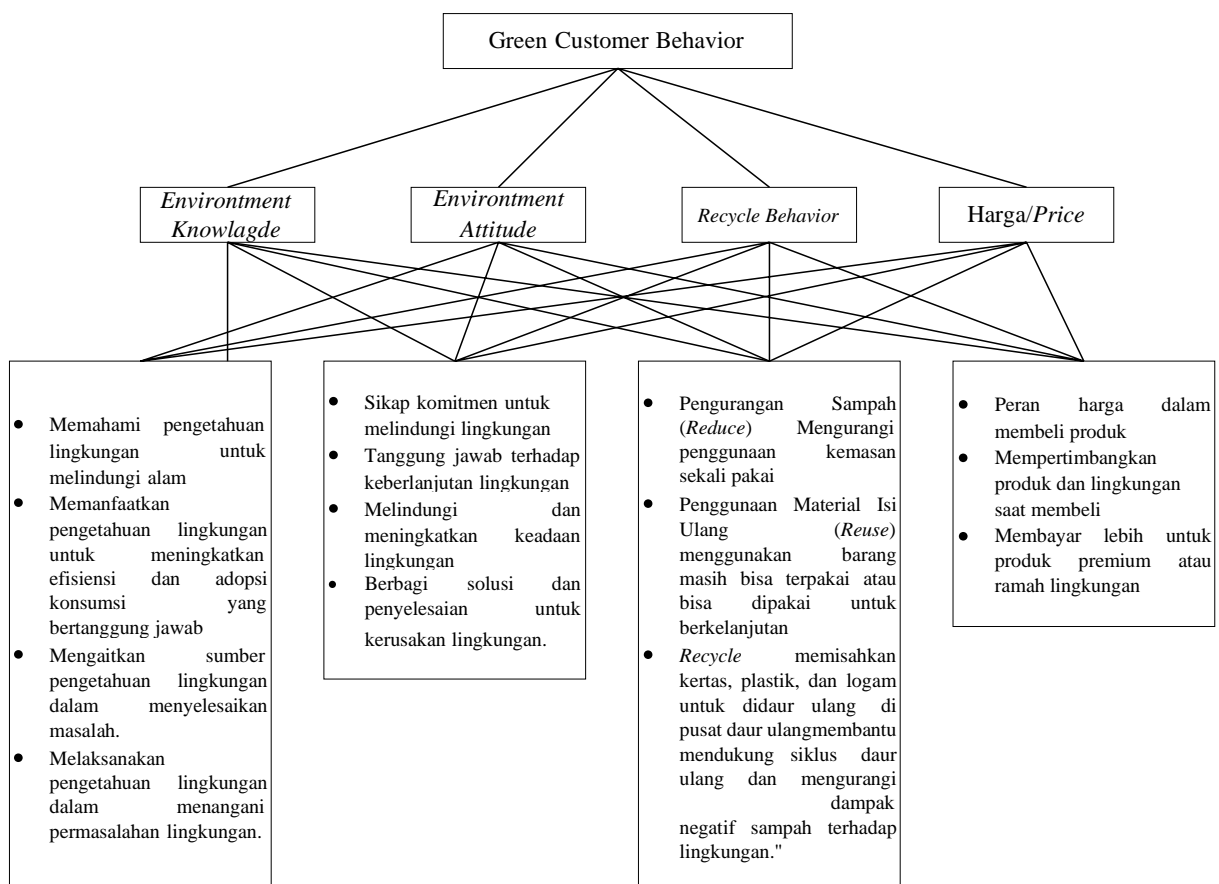
Sumber: [16]

- 8) Pengolahan data dengan metode regresi linier berganda. Regresi linier berganda ialah algoritma yang digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel respons dengan minimal dua variabel prediktor [20]. Untuk mengetahui hubungan antara *green consumer behavior* dengan produktivitas. Ada dua tahapan uji regresi linier berganda yaitu [21] :
1. Uji asumsi klasik yang bertujuan untuk mengetahui variabel bebas juga variabel terikat dinyatakan memiliki distribusi normal maupun tidak. Uji asumsi klasik merupakan persyaratan statistik yang harus dilakukan saat melakukan analisa regresi linier berganda dengan basis *Ordinary Least Square* (OLS). Uji asumsi klasik ini terbagi menjadi uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi
 2. Uji hipotesis merupakan suatu metode untuk menarik sebuah kesimpulan yang nantinya akan mengetahui diterima atau ditolaknya hipotesa tersebut. Uji hipotesis ini terdiri dari simultan (uji-f) dan uji signifikan (uji-t). Uji F merupakan uji yang dilakukan guna mengetahui pengaruh hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Sedangkan untuk uji T merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh variabel bebas dalam model regresi signifikan terhadap variabel terikat
- 9) Penarikan kesimpulan dan saran dari hasil perhitungan dengan metode regresi linier berganda setelah mendapatkan keputusan atau penyelesaian.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analytic Network Process (ANP)

Di tahap awal penerapan metode ANP, penting untuk mendefinisikan kriteria-kriteria yang akan digunakan dalam proses pengambilan keputusan. Jika diperlukan, setiap kriteria tersebut dapat dibagi menjadi sub-kriteria. Kriteria dan sub-sub kriteria yang telah diidentifikasi digambarkan pada diagram hierarki sebagai berikut:



Gambar 2. Diagram Hierarki ANP

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.

B. Regresi Linier Berganda

1. Uji Validitas

Sebuah data dapat dikatakan valid apabila nilai r_{hitung} positif serta $r_{hitung} > r_{tabel}$ [19]. 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 yang memiliki ketetapan seperti ini:

1. Data dikatakan tidak valid jika nilai r_{hitung} menunjukkan nilai lebih kecil atau lebih rendah dari 0,2352 maka dapat dikatakan data tidak valid.
2. Data dikatakan valid jika nilai r_{hitung} menunjukkan nilai paling minimum yaitu 0,2352, jika lebih dari itu maka data dikatakan valid.

Tabel 2. 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 konsumen</i>	0,281**
<i>Environment knowledge</i>	Memanfaatkan pengetahuan	0,244**
	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**

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.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan uji *Cronbach's Alpha* yang nantinya akan dibandingkan dengan nilai koefisien realibilitas minimum yang dapat diterima [19]. Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60, maka variabel pada penelitian dikatakan reliabel [19].

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 *cronbach'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.

3. Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

Uji normalitas ini digunakan untuk melihat apakah data yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Jika hal ini dihiraukan, maka uji statistik pada sampel kecil dikatakan tidak valid lagi. Uji statistik bertujuan untuk melakukan sebuah uji normalitas dengan signifikansi menggunakan metode *One Sampel Kolmogorov Smirnov*, dengan ketentuan:

- 1) Jika nilai sig menunjukkan nilai $< 0,05$ maka disimpulkan data yang beredar merupakan data tidak normal [19]
- 2) Jika nilai signifikansi menunjukkan nilai $> 0,05$ maka data yang beredar atau data yang berdistribusi adalah data secara normal [19].

Tabel 4 Uji Asumsi Klasik

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}

Tabel 4 menunjukkan nilai signifikan uji *Kolmogorov Smirnov* sebesar 0,200 dengan nilai lebih dari 0,05, yang menunjukkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

B. Uji Linieritas

Linieritasnya diuji dengan regresi linier atau analisis korelasi *Pearson*. Hubungan variabel dikatakan signifikan atau terdapat hubungan linier antar variabel diuji. Jika tingkat signifikansi pada uji linearitas menunjukkan 0,05 atau kurang dari 0,05 [19].

Tabel 5 Uji Linieritas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y1 * X1	Between Groups	(Combined)	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 tabel 5, bisa dilihat jika signifikansi semua variabel $< 0,05$ yang berarti ada hubungan yang linier antara variabel terikat Y1 (*Environment attitude*) dan variabel bebas X1 (*Environment knowledge*).

Tabel 6 Uji Linieritas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y1 * X2	Between Groups	(Combined)	111,500	8	13,938	2,776	,011
		Linearity	74,123	1	74,123	14,763	,000
		Deviation from Linearity	37,377	7	5,340	1,063	,398
	Within Groups	306,271	61	5,021			
Total			417,771	69			

Berdasarkan tabel 6, bisa dilihat jika signifikansi semua variabel $< 0,05$ yang berarti ada hubungan yang linier antara variabel terikat Y1 (*Environment attitude*) dan variabel bebas X2 (*Recycle Behavior*).

Tabel 7 Uji Linieritas
ANOVA Table

		Sum	of				
		Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
Y1 * X3	Between	(Combined)	196,802	7	28,115	7,888	,000
	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 tabel 7, bisa dilihat jika signifikansi semua variabel $< 0,05$ yang berarti ada hubungan yang linier antara variabel terikat Y1 (*Environment attitude*) dan variabel bebas X3 (*Price*).

C. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi ini digunakan untuk mengetahui apakah terjadi ada atau tidak autokorelasi. Seharusnya model regresi yang baik tidak terdapat autokorelasi. Dalam penelitian ini, uji autokorelasi yang digunakan yaitu menggunakan metode *Durbin Watson Test* dengan ketentuan berikut [19]:

- Jika Nilai $DU < DW$, dan $DW < 4-DU$, maka H_0 diterima, artinya tidak terjadi sebuah autokorelasi pada penelitian ini.
- $DW < DL$ atau $DW > 4-DL$, maka H_0 ditolak, artinya terjadi autokorelasi pada penelitian ini.
- $DL < DW$ dan $DW > DU$, atau $4-DU < DW$ dan $DW < 4-DL$, maka tidak adanya kesimpulan yang pasti dari penelitian ini.

Tabel 8. Uji Autokorelasi
Model Summary^b

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

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y1

Dalam penelitian ini, jumlah responden yang digunakan adalah 70 ($N=70$) dengan tiga variabel bebas ($K=3$), sehingga diperoleh nilai $dL=1,5245$ dan $dU=1,7028$. Berdasarkan kondisi $dU < dW < 4-dU$, nilai DW (Durbin-Watson) yang didapat dari gambar adalah 2,124. Dengan dasar pengambilan keputusan ($dU < dW < 4-dU$, yaitu $1,7028 < 2,124 < 2,2972$), dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi dalam regresi berganda yang digunakan.

D. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan dengan tujuan untuk melihat ada tidaknya korelasi antar variabel bebas pada suatu model regresi. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya korelasi antar variabel independen. Tes ini memeriksa tingkat dan toleransi VIF (*Variance Inflation Factor*). Toleransi pengukuran menunjukkan seberapa besar variasi suatu variabel bebas yang tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jika nilai toleransi $> 0,1$ atau $VIF < 10$, maka tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen, namun jika sebaliknya, multikolinieritas mungkin terjadi [19].

Tabel 9 Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

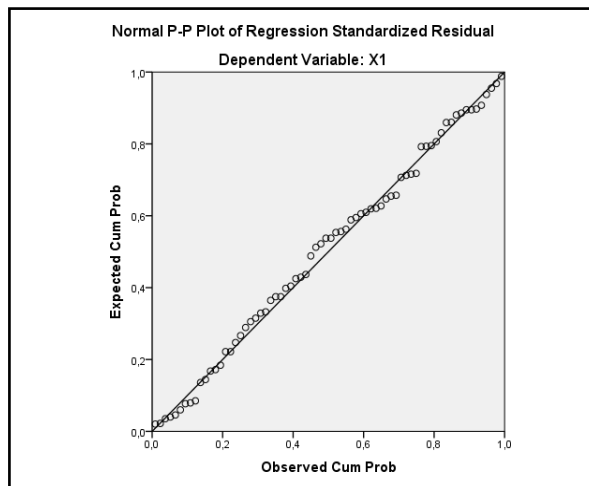
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,696	1,778		,954	,344		
	X1	,241	,138	,217	1,743	,006	,558	1,793
	X2	,114	,152	,084	,749	,006	,680	1,471
	X3	,626	,173	,446	3,616	,001	,566	1,768

a. Dependent Variable: Y1

Dari tabel 9 menjelaskan jika nilai *variance inflation factor* (VIF) untuk variabel X1 (*Environment knowledge*) bernilai 1,793 untuk < 10 , untuk kriteria X2 (*Recycle behavior*) senilai 1,471 < 10 dan untuk nilai X3 (*price*) 1,768 < 10 . Dapat kita simpulkan bahwa nilai seluruh variabel independen kurang dari 10. Hal yang sama juga berlaku jika semua nilai toleransi $> 0,10$. Maka tidak ada multikolinieritas dalam model regresi penelitian ini.

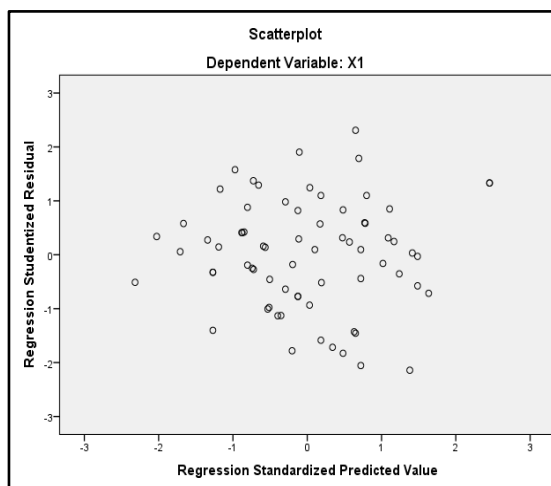
E. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah ada perbedaan varians antara residu dari satu pengamatan dan residu dari pengamatan lain dalam model regresi. Model regresi yang baik dan benar adalah yang bebas dari heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas terjadi jika tidak ada pola yang teratur, tidak jelas, dan titik-titiknya tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada Y [22].



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.

4. Analisa Regresi Linier Berganda.

Analisis regresi yaitu suatu uji untuk mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program *IBM SPSS Statistic 22*. Tabel 10 merupakan hasil analisis regresi linier berganda.

Tabel 11. Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	1,696	1,778		,954	,344
	X1	,241	,138	,217	1,743	,006
	X2	,114	,152	,084	1,749	,006
	X3	,626	,173	,446	3,616	,001

a. Dependent Variable: Y1

Rumus Regresi linier berganda yaitu [22]:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 \quad (4)$$

$$Y = 1,696 + 0,241 X_1 + 0,114 X_2 + 0,626 X_3$$

Sumber: [22]

- Pada nilai konstanta sebesar 1,696 menyatakan bahwa jika semua variabel independen bernilai nol, maka nilai variabel dependen diprediksi sebesar 1,696.
- Pada koefisien variabel *environment knowledge* (X1) bernilai positif sebesar 0,241 yang berpengaruh terhadap variabel dependent lainnya. Hal ini menunjukkan jika variabel *environment knowledge* berkurang 1% maka dapat mempengaruhi perilaku hijau konsumen sepatu.
- Pada koefisien variabel *recycle behavior* (X2) bernilai positif sebesar 0,114 yang berpengaruh terhadap variabel dependent lainnya. Hal ini menunjukkan jika variabel *recycle behavior* berkurang 1% maka dapat mempengaruhi perilaku hijau konsumen sepatu.
- Pada koefisien variabel *price* (X3) bernilai positif sebesar 0,626 yang berpengaruh terhadap variabel dependent lainnya. Hal ini menunjukkan jika variabel *price* berkurang 1% maka dapat mempengaruhi perilaku hijau konsumen sepatu.

Berdasarkan nilai koefisien tiga variabel diatas, maka diperoleh nilai terbesar pada variabel *price* sebesar 0,626 dimana variabel *price* memiliki pengaruh yang besar dalam keputusan pembelian sepatu ramah lingkungan.

A. Uji T Parsial

Dilakukannya pemeriksaan ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk melakukan uji hipotesis secara parsial, Anda dapat membandingkan t hitung dengan t tabel. Jika t hitung lebih besar dari t tabel, maka terdapat alasan kuat untuk menerima hipotesis alternatif (H_1) dan menolak hipotesis nol (H_0). Sebaliknya, jika t hitung lebih kecil dari t tabel, hipotesis nol (H_0) akan diterima [22]. Tes signifikansi juga dapat digunakan. menjelaskan kriteria uji t , yang mencakup:

- Jika $\text{sig} > 0,05$ atau t hitung $< t$ tabel maka variabel berpengaruh signifikan jika dilakukan uji secara parsial.
- Jika $\text{sig} < 0,05$ atau t hitung $> t$ tabel maka variabel tidak memiliki pengaruh secara signifikan jika dilakukan uji parsial.

Tabel 12 Uji T Parsial
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1,696	1,778		,954	,344
	X1	,241	,138	,217	1,743	,006
	X2	,114	,152	,084	1,749	,006
	X3	,626	,173	,446	3,616	,001

a. Dependent Variable: Y1

Tabel 12 merupakan hasil uji-t dimana nilai α sebesar 5% (0,05) dan nilai *degree of freedom* sebesar $k=3$ dan $df = 3 = n-k-1 = 70-3-1 = 66$, maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,668 dan dapat disimpulkan bahwa:

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

B. Uji R Square

Uji *R square* bertujuan untuk mengukur kemampuan model regresi dengan menjelaskan pengaruh variabel terikat akibat variabel bebas. Tabel 13 merupakan tabel dari hasil uji *R square*

Tabel 13 Hasil 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), X3, X2, X1

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.

C. Pembahasan

- 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 variabel harga ini sangat berpengaruh kepada green behavior konsumen.
- 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.

VII. SIMPULAN

Kesimpulannya, terdapat 14 indikator yang mempengaruhi perilaku konsumen ramah lingkungan (*green consumer behavior*) pada produk sepatu, dengan indikator harga sebagai faktor paling dominan, terutama terkait dengan tingkat penghasilan konsumen. Rata-rata, 32,56% konsumen membeli sepatu ramah lingkungan, 12% konsumen menyatakan bahwa faktor ramah lingkungan tidak mempengaruhi keputusan mereka dalam membeli sepatu dan 55,44% lainnya mempertimbangkan faktor-

faktor keberlanjutan dalam keputusan pembelian mereka. Namun, harga masih menjadi hambatan utama bagi sebagian konsumen. Hal ini disebabkan karena sepatu ramah lingkungan memiliki harga 30% - 60% lebih mahal dari sepatunya pada umumnya maka konsumen dengan penghasilan tinggi lebih cenderung memilih produk ramah lingkungan meskipun harganya lebih mahal, sedangkan konsumen dengan pendapatan menengah ke bawah cenderung memilih produk yang lebih terjangkau. Selain itu, pengetahuan konsumen tentang kebiasaan dan produk ramah lingkungan juga memiliki peran penting dalam meningkatkan kepedulian mereka terhadap lingkungan, yang tercermin dalam pilihan mereka untuk mengonsumsi produk ramah lingkungan. Namun, masih terdapat kurangnya kepedulian masyarakat terhadap isu lingkungan, seperti kebiasaan membuang atau membakar sampah yang masih bisa didaur ulang serta memilih produk berbahan sintetis yang tidak ramah lingkungan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih ini ditujukan kepada Universitas Muhammadiyah Sidoarjo dan UD.XYZ di Mojokerto.

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.
- [9] K. Kunci, "Green Consumer Behavior Najla Afifah," vol. 11, no. 2, hal. 84–92, 2022, doi: 10.15294/jjc.v11i2.37485.
- [10] E. Hariyadi, E. Maryani, dan W. Kastolani, "Analisis literasi lingkungan pada mahasiswa pendidikan geografi," *GulawentahJurnal 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.
- [15] 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.
- [15] Ley 25.632, "Stevany Febriani" Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Green Product Purchase Intention Pada Produk Innisfree Di Jakarta Dengan Consumer's Attitude Sebagai Variabel Mediasi" Program Studi Magister Manajemen Universitas Tarumanagara stevanyfebriani22@gmail," hal. 49–61, 2002.
- [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)”.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.