

THE INFLUENCE OF ECO-BAG USE AND ENVIRONMENTAL CONCERN ON INTENTION TO PURCHASE GREEN PRODUCTS (CASE STUDY IN BADUNG REGENCY)

Rizki Febri Eka Pradani¹, Rizki Shari²

febri@unuja.ac.id¹, rizkishari317@gmail.com²

^{1,2}Universitas Nurul Jadid

ABSTRACT

Fulfilling all daily needs is a fundamental activity that is interesting to analyze. The use of plastic bags as packaging for shopping items is currently considered practical and profitable. However, in reality, plastic bags, which do not contain biological compounds, make them non-reusable, thus causing a detrimental imbalance between human factors (consumer behavior) and natural factors (the environment). One effort to avoid continuous dependence on plastic shopping bags is to use eco-bags as an alternative material. Bali, one of the Indonesian islands nicknamed "The Island of the Gods," has long promoted and implemented the use of eco-bags. Specifically in Badung Regency, both local residents and foreign tourists currently continue to use eco-bags. This shows that consumer behavior in consuming environmentally friendly products is also greatly influenced by internal factors, such as concern for the environment. Referring to the two variables above, both the use of eco-bags and environmental concern, researchers concluded that there is a common thread that there is a correlation between these two variables and the interest in purchasing environmentally friendly products. The research method used is associative quantitative. The population of interest was the residents of Badung Regency. Sampling was conducted using probability sampling with simple random sampling. Data collection involved observation and questionnaires. The researchers analyzed the data using IBM statistical software, SPSS version 29. The results showed a positive and significant effect of eco-bag use on purchasing intention for environmentally friendly products among residents of Badung Regency, with a calculated t -value (9.926) > t -table (1.966) with a significance level of <0.05, indicating that H01 was rejected and H1 was accepted. Environmental concern also had a positive and significant effect on purchasing intention for environmentally friendly products among residents of Badung Regency, with a calculated t -value (9.915) > t -table (1.966) with a significance level of <0.05, indicating that H02 was rejected and H2 was accepted. There is a positive and significant influence of the use of eco-bags and environmental awareness on the interest in purchasing environmentally friendly products in the Badung Regency community, with a calculated F value (298.887) > F table (3.02) with a significance level <0.05, which means that H03 is rejected and Ha3 is accepted.

Keywords: *Eco-Bag Usage, Environmental Concern, Purchase Intention, Green Products.*

ABSTRAK

Segala pemenuhan kebutuhan sehari-hari merupakan kegiatan pokok yang menarik untuk dianalisis. Penggunaan kantong plastik sebagai wadah pembungkus barang belanja saat ini dinilai praktis dan menguntungkan. Namun pada realitanya, kantong plastik yang tidak termasuk bahan senyawa biologis menjadikannya *non-reusable*, sehingga menyebabkan ketidakseimbangan yang merugikan antar faktor manusia (perilaku konsumen) dengan faktor alam (lingkungan). Salah satu upaya agar tidak menimbulkan ketergantungan terus-menerus terhadap kantong belanja plastik ialah dengan menjadikan *eco-bag* sebagai bahan alternatif. Bali merupakan salah satu kepulauan Indonesia dengan julukan "*The Island of Gods*" telah lama menggalakkan dan menerapkan adanya penggunaan *eco-bag*. Tepatnya di Kabupaten Badung, baik masyarakat lokal maupun turis mancanegara saat ini masih tetap eksis menggunakan *eco-bag*. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen dalam mengkonsumsi produk ramah lingkungan juga sangat dipengaruhi oleh faktor internal, seperti: kepedulian terhadap lingkungan. Mengacu pada kedua variabel di atas, baik dari penggunaan *eco-bag* maupun kepedulian lingkungan, peneliti menarik benang merah bahwa terdapat korelasi antara kedua variabel tersebut dengan minat beli produk ramah lingkungan. Metode dalam penelitian menggunakan kuantitatif asosiatif. Populasi yang menjadi fokus ialah penduduk Kabupaten Badung. Pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*. Proses pengumpulan data menggunakan metode observasi dan kuesioner. Peneliti dalam menganalisis data menggunakan *software* statistik dari IBM yaitu SPSS versi 29. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan penggunaan *eco-bag* terhadap minat beli produk ramah lingkungan pada masyarakat daerah Kabupaten Badung dengan diperoleh nilai $t_{hitung} (9,926) > t_{tabel} (1,966)$ dengan tingkat signifikansi $<0,05$, artinya H_01 ditolak dan H_{a1} diterima. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kepedulian lingkungan terhadap minat beli produk ramah lingkungan pada masyarakat daerah Kabupaten Badung dengan nilai $t_{hitung} (9,915) > t_{tabel} (1,966)$ dengan tingkat signifikansi $<0,05$, artinya H_02 ditolak dan H_{a2} diterima. Terdapat pengaruh positif dan signifikan penggunaan *eco-bag* dan kepedulian lingkungan terhadap minat beli produk ramah lingkungan pada masyarakat daerah Kabupaten Badung, dengan nilai $F_{hitung} (298,887) > F_{tabel} (3,02)$ dengan tingkat

signifikansi $<0,05$, yang berarti membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kata Kunci: *Eco-Bag Usage, Environmental Concern, Purchase Intention, Green Products.*

PENDAHULUAN

Segala pemenuhan kebutuhan sehari-hari merupakan kegiatan pokok yang menarik untuk dianalisis. Beragam jenis kebutuhan produk yang dikonsumsi masyarakat serta perkembangan industri dan gaya hidup masyarakat modern turut mendatangkan tantangan tersendiri saat ini, yaitu salah satunya adalah penggunaan kantong plastik sebagai wadah pembungkus barang belanja yang dinilai praktis dan menguntungkan, baik dari segi keringanan; tahan air; mudah diperoleh, serta biaya yang relatif murah, efektif, dan terjangkau. Namun demikian, dikarenakan kurangnya budaya *reusable* pada kantong plastik, menyebabkan ketidakseimbangan dan ketimpangan antar perilaku konsumen dengan faktor lingkungan yang merugikan. Ni Kadek Yuni Antari and Christian Haposan Pangaribuan, 'Analyzing the Millennials' Intention towards Purchasing Reusable Shopping Bags (Evidence from Bali)', *Journal of Multidisciplinary Issues*, 1.1 (2021), 22-31

Berdasarkan informasi yang dihimpun oleh Asosiasi Industri Plastik Indonesia (INAPLAS) dan Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2020 menyatakan Indonesia per-tahun menghasilkan 64 juta ton limbah plastik, dan 3,2 juta ton diantaranya berakhir dengan mencemari laut. Beberapa contoh sampah plastik yang sering ditemukan, dapat berupa: kantong plastik, botol atau gelas plastik, dan sedotan plastik. (Gabriel Chintya Anggraeni, Ch Herutomo, 2022)

Menyadari dampak negatif tersebut, berbagai upaya telah dilakukan oleh pemerintah maupun sektor swasta agar tidak menimbulkan ketergantungan secara terus-menerus terhadap kantong belanja plastik, salah satunya ialah dengan menjadikan tas ramah lingkungan atau *eco-bag* sebagai bahan alternatif. *Eco-Bag* merupakan tas belanja yang ramah lingkungan, dibuat dari material kain yang dirancang untuk penggunaan berulang (*reusable*). Adaya penggunaan *eco-bag* merupakan program pemerintah yang saat ini

masih aktif digalakkan, dimana pemerintah menghimbau dan mengeluarkan kebijakan akan penggunaan *Eco-Bag* guna mengurangi penggunaan kantong plastik yang hanya sekali pakai serta dengan harapan agar dapat mengubah perilaku konsumen menuju pola konsumsi yang lebih bertanggungjawab terhadap lingkungan.

Bali merupakan salah satu kepulauan Indonesia dengan julukan "*The Island of Gods*" telah lama menggalakkan dan menerapkan adanya penggunaan *eco-bag*. Tepatnya di Kabupaten Badung, baik masyarakat lokal maupun turis mancanegara saat ini masih tetap eksis menggunakan *eco-bag*. Hal ini tentu selaras pada Peraturan Gubernur Bali Nomor 97 Tahun 2018 tentang Pembatasan Timbulan Sampah Plastik Sekali Pakai, memuat larangan pemakaian kantong plastik, *styrofoam*, dan sedotan plastik. Dukungan serupa juga terdapat dalam Peraturan Walikota Denpasar Nomor 36 Tahun 2018, mengatur bahwa pelaku usaha diwajibkan menggunakan alternatif kantong belanja yang ramah lingkungan sebagai bentuk upaya dalam mengurangi ketergantungan akan kantong plastik.(Hana, 2020) Meskipun demikian, adopsi *eco-bag*

oleh masyarakat belum sepenuhnya merata. Beberapa konsumen menggunakan *eco-bag* karena kesadaran pribadi, sementara konsumen lainnya hanya menggunakan *eco-bag* dikarenakan faktor regulasi atau tren semata. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen dalam mengkonsumsi produk ramah lingkungan juga sangat dipengaruhi oleh faktor internal, seperti: kepedulian terhadap lingkungan.

Adanya penggunaan *eco-bag* yang ramah lingkungan merupakan bentuk tindakan nyata masyarakat peduli akan lingkungan. Kesadaran yang membangun beserta aksi yang terus diupayakan pun dapat tercapai dan memenuhi kebutuhan akan kontribusi pada lingkungan hijau. Pun sejatinya manusia dengan kesempurnaan akal, tentu menginginkan bagaimana pemenuhan kebutuhan dapat selaras dengan *green environment*. Penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa kepedulian lingkungan berperan penting dalam mempromosikan perilaku konsumsi yang berkelanjutan. Yao Song, Zhenzhen Qin, and Zihao Qin, 'Green Marketing to Gen Z Consumers in China: Examining the Mediating Factors of an Eco-Label-Informed Purchase', SAGE Open, 10.4 (2020)

Namun demikian, efektivitas kebijakan tersebut dalam memengaruhi minat beli produk ramah lingkungan masih perlu dikaji lebih dalam dari sudut pandang perilaku konsumen.

Mengacu pada kedua variabel di atas, baik dilihat dari penggunaan *eco-bag* maupun kepedulian lingkungan, peneliti menarik benang merah bahwa terdapat korelasi antara kedua variabel tersebut dengan minat beli produk ramah lingkungan. Dikarenakan dengan menggunakan *eco-bag* dan memiliki rasa peduli lingkungan mencerminkan kesadaran individu terhadap isu keberlanjutan serta memiliki preferensi terhadap produk yang tidak merusak lingkungan, sehingga tentu kemungkinan besar memiliki minat yang tinggi terhadap produk ramah lingkungan.

METODE PENELITIAN

Penerapan metode dalam penelitian ini ialah kuantitatif berguna untuk menguji hipotesis, memeriksa validitas dan reliabilitas data, serta memperhitungkan variabel penelitian yang terkait. Penelitian ini termasuk ke dalam kategori sifat penelitian asosiatif, yang mengkaji hubungan kausal atau sebab akibat. Pada penelitian ini, terdapat dua variabel independen, yaitu: penggunaan *eco-*

bag dan kepedulian lingkungan, serta variabel dependen ialah minat beli produk ramah lingkungan. Populasi yang menjadi fokus ialah masyarakat Kabupaten Badung. Dikarenakan Kabupaten Badung selain merupakan salah satu wilayah dengan jumlah penduduk terbesar di Bali, juga dikenal sebagai pusat kegiatan perekonomian dan pariwisata yang masih aktif dalam menerapkan kebijakan pengurangan plastik sekali pakai, seperti: penggunaan *eco-bag*. Hal ini menjadikan wilayah ini bagi peneliti relevan dalam meneliti pengaruh penggunaan *eco-bag* dan kepedulian lingkungan terhadap minat beli produk ramah lingkungan.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan ialah teknik *probability sampling* dengan menggunakan metode *simple random sampling*, dimana individu dalam populasi memiliki probabilitas yang sama untuk menjadi bagian dari sampel. Peneliti dalam menentukan ukuran sampel menggunakan rumus *Isaac* dan *Michael*, yang mengacu pada tingkat akurasi yang tinggi. Jumlah populasi penduduk Kabupaten Badung sebanyak 573.700 jiwa. Oleh karena itu, rumus yang diterapkan untuk menentukan ukuran sampel yaitu:

$$s = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2 \cdot (N-1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

$$= \frac{3,841 \times 573.700 \times 0,5 \times 0,5}{0,0025 \times (573.700 - 1) + 3,841 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$s = \frac{3,841 \times 573.700 \times 0,5 \times 0,5}{0,0025 \times 573.699 + 3,841 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$s = \frac{550.895,425}{1.435,20775} = 383,84$$

Ukuran sampel yang akan diambil oleh peneliti digenapkan menjadi sebanyak 384 responden.

Dalam studi ini, peneliti mengadopsi skala likert dengan 4 poin sebagai hasil dari modifikasi skala likert 5 poin. Modifikasi ini dilakukan untuk mengurangi kelemahan yang ada dalam skala 5 tingkat. Adapun alasan peneliti memilih skala likert dengan 4 ialah sebagai berikut:

- 1) Memiliki arti ganda, dimana kategori 'netral' dan 'ragu-ragu' dapat diartikan responden belum memberikan keputusan serta belum memutuskan jawaban.
- 2) Ketersediaan jawaban "tengah" dapat menyebabkan responden cenderung memilih opsi tersebut.
- 3) Adanya skala likert 4 poin, peneliti dapat lebih mudah mengidentifikasi kecenderungan jawaban responden, baik yang termasuk dalam kategori "setuju" maupun "tidak setuju". Risa Liska and others, 'Pengaruh Literasi Keuangan Dan Financial Technology

s = Terhadap Inklusi Keuangan (Studi Empiris Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi)', Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan, 11.04 (2022), 1034-43

Proses pengumpulan data pada penelitian menggunakan metode observasi dan kuesioner. Observasi ialah dasar dari ilmu pengetahuan, dan kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilaksanakan dengan mengirimkan daftar pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden untuk diisi secara mandiri. Adapun penggunaan sumber data berupa data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan secara langsung dari sumber aslinya dengan melakukan pengukuran dalam bentuk observasi, dan juga angket. Sedangkan, data sekunder dikumpulkan secara tidak langsung dari pihak lain melalui buku pedoman atau pustaka, serta sumber tertulis lainnya yang sesuai dengan topik penelitian.

Peneliti dalam melakukan analisis data menggunakan perangkat lunak (software) statistik dari IBM yang dikenal dengan nama Statistic Package for the Social Sciences (SPSS) versi 29.

Pengujian dan analisis data yang akan dilakukan:

a) Uji Validitas

Dalam penelitian, uji ini bertujuan untuk menilai keabsahan pada setiap pernyataan dalam kuesioner yang dibagikan kepada responden. Menurut pendapat ahli, rumus Pearson Product Moment digunakan untuk menguji validitas yang mengukur hubungan antara skor pada setiap item dengan skor keseluruhan. Formula yang diterapkan yaitu:

$$r_{hitung} = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{n.\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\} \cdot \{n.\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{hitung} = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Responden

ΣX_i = Jumlah Skor Item

ΣY_i = Jumlah Skor Total (item)

b) Uji Reliabilitas

Uji ini berfungsi untuk memastikan data yang dikumpulkan bebas kesalahan pengukuran dan menunjukkan tingkat keandalan serta ketangguhan yang tinggi. Dengan kata lain, uji reliabilitas bertujuan untuk mengevaluasi konsistensi hasil kuesioner, sehingga menghasilkan data yang stabil dan tidak menunjukkan perubahan signifikan, meskipun diterapkan dalam berbagai situasi dan kondisi yang berbeda. \

Uji ini dapat diterapkan dengan membandingkan nilai Cronbach's alpha dan tingkat signifikansi yang ditetapkan dalam penelitian. Rentang nilai berkisar antar 0 dan 1, yang mana semakin nilainya besar, semakin meningkat pula tingkat reliabilitasnya. Instrumen dikatakan reliabel, jika nilai r_{hitung} (nilai Cronbach's alpha melebihi nilai r_{tabel}) pada taraf signifikansi 5%. Berikut adalah rumus untuk menghitung Cronbach's alpha:

$$r_{tt} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\left[\frac{\Sigma \delta_b^2}{\Sigma \delta_t^2} \right]}{\left[\frac{\Sigma \delta_b^2}{\Sigma \delta_t^2} \right]} \right]$$

Keterangan:

r_{tt} = koefisien reliabilitas instrumen (total tes)

k = banyaknya butir pertanyaan yang sah

$\Sigma \delta_b^2$ = jumlah varian butir tiap butir pertanyaan

$\Sigma \delta_t^2$ = varian skor total

Berikut adalah interpretasi dari nilai koefisien reliabilitas berdasarkan rentang nilai Cronbach's alpha yang dikelompokkan dalam lima kategori:
 $0,80 < r_{11} \leq 1,00$: Reliabilitas sangat tinggi
 $0,60 < r_{11} \leq 0,80$: Reliabilitas tinggi
 $0,40 < r_{11} \leq 0,60$: Reliabilitas sedang
 $0,20 < r_{11} \leq 0,40$: Reliabilitas rendah

$-1,00 < r_{11} \leq 0,20$: Reliabilitas sangat rendah (tidak reliabel).

Apabila nilai Cronbach's alpha melebihi taraf signifikansi, instrumen termasuk reliabel. Namun, apabila nilai Cronbach's alpha < dari taraf signifikansi, maka instrumen tidak dinyatakan reliabel.

c) Pengujian Asumsi Klasik, terdiri dari: Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Multikolinearitas

(1)1 Uji Normalitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui variabel yang digunakan termasuk dalam kategori distribusi normal. Model regresi yang optimal dapat dikatakan apabila data yang digunakan terdistribusi normal. Beberapa ahli statistik menyatakan jika data $n > 30$, dapat diasumsikan data tersebut berdistribusi normal. Namun, tidak berarti jumlah data $n < 30$ tidak berdistribusi normal. Secara umum, apabila data berdistribusi normal, maka analisis yang diterapkan adalah analisis statistik parametrik. Namun, jika tidak terdistribusi normal, maka digunakan analisis statistik non-parametrik. Apabila nilai

signifikansi (sig.) dari data $> 0,05$, dinyatakan terdistribusi normal. Akan tetapi, apabila nilai sig. pada data $< 0,05$, dianggap tidak terdistribusi normal.

(1)2 Uji Multikolinearitas

Bertujuan untuk mengetahui keterkaitan yang tinggi antara variabel bebas yang diteliti. Apabila variabel bebas memiliki unsur-unsur yang sama, koefisien regresi yang dihasilkan dapat mengandung bias dan kehilangan makna statistik. Gejala ini pada umumnya terjadi pada regresi linear berganda, dikarenakan model ini terdapat satu atau lebih variabel bebas. Uji pada model regresi dapat diimplementasikan dengan berdasarkan hasil analisis nilai *Tolerance* (toleransi) dan *VIP* (*Variance Inflation Factor*). Pengukuran terhadap variabel bebas dilakukan melalui *Tolerance* yang diperoleh dari hasil output pengujian.

Rumus yang digunakan adalah:

$$VIF = \frac{1}{tolerance}$$

Apabila nilai *Tolerance* $> 0,10$, artinya variabel bebas tidak menunjukkan gejala multikolinearitas. Namun,

apabila nilai Tolerance < 0,10, variabel tersebut terindikasi mengalami multikolinearitas.

Persamaan model regresi linier berganda dalam bentuk umum ialah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

(1)3 Uji Heteroskedastisitas

Uji yang satu ini dilaksanakan untuk mengidentifikasi kesamaan atau ketidaksamaan terhadap nilai residual antar satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Apabila variance residual tetap, kondisi tersebut dinamakan homoskedastisitas. Namun, apabila variance residual berbeda dinamakan heteroskedastisitas. Model regresi yang optimal adalah model yang memenuhi asumsi homoskedastisitas, yaitu bebas dari heteroskedastisitas.

Keterangan:

Y = Variabel Terikat

a = konstanta

b₁, b₂ = koefisien regresi

X₁, X₂ = variabel bebas

Adapun tahapan dari pengujian regresi linier berganda, diantaranya:

d) Uji Regresi Linier Berganda

Ialah model regresi yang berkaitan dengan lebih dari satu variabel bebas. Analisis regresi berganda menurut Sugiyono dimanfaatkan ketika peneliti ingin memperkirakan perubahan pada variabel dependen berdasarkan dua variabel independen atau lebih sebagai faktor penyebab. Dengan demikian, dalam model tersebut terdiri dari dua variabel bebas dan satu variabel terikat.

a. Uji Koefisien Determinasi (R-Square)

Uji ini disebut juga dengan koefisien determinasi majemuk (*coefficient of determination*), merupakan ukuran yang digunakan untuk mengetahui proporsi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Kisaran nilai R² antar 0 hingga 1. Jika R² = 0, maka tidak ada korelasi antara variabel bebas dan variabel terikat. Sebaliknya, jika R² = 1, maka variabel bebas memiliki keterkaitan dengan sempurna terhadap variabel terikat.

b. Uji Hipotesis, berupa: Uji F dan Uji t

1. Uji Keterandalan Model (Uji Statistik F)

Tujuan dari uji F adalah guna menganalisa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan dengan menggunakan tingkat signifikansi yang umum dipergunakan yaitu 0,05. Kriteria pengambilan keputusan ialah jika nilai signifikansi < tingkat kepercayaan (0,05), maka hipotesis alternatif dapat diterima, artinya variabel-variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara simultan. Sebaliknya, jika nilai signifikansi > 0,05, maka hipotesis nol diterima. Dalam artian, variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen secara simultan.

2. Uji Koefisien Regresi (Uji Statistik t)

Uji ini dilakukan setelah tahap pengujian validitas dan reliabilitas. Uji t adalah uji parameter yang dipergunakan untuk menjelaskan pengaruh secara parsial atau individual dari masing-

masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika nilai signifikansi < tingkat kepercayaan misalnya 0,05, hipotesis alternatif dapat dikatakan diterima, artinya variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. Setelah melakukan pengujian ini, maka interpretasi dapat dilihat dari nilai indeks korelasi.

Rumus dasar dalam uji t ialah:

$$t_{hitung} = (r\sqrt{(n-2)})/(\sqrt{(1-r^2)})$$

Keterangan:

t = Nilai t_{hitung}

r = Koefisien Korelasi (hasil dari r_{hitung})

n = Jumlah Responden

Adapun nilai $t_{hitung} >$ nilai t_{tabel} , instrumen dikatakan valid. Sedangkan, jika nilai $t_{hitung} <$ nilai t_{tabel} , instrumen termasuk dalam kategori tidak valid.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji yang telah terlaksana, lalu diolah dan disajikan sehingga menghasilkan data berikut.

1) Uji Validitas.

**Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel
Penggunaan Eco-Bag**

Variabel	Butir	R _{hitung}	R _{tabel}	Sig.	Keterangan
Penggunaan Eco-Bag	X1.1	0,3	0,361	0,107	Tidak Valid
	X1.2	0,721	0,361	< 0,001	Valid
	X1.3	0,702	0,361	< 0,001	Valid
	X1.4	0,538	0,361	0,002	Valid
	X1.5	0,342	0,361	0,0064	Tidak Valid
	X1.6	0,602	0,361	< 0,001	Valid
	X1.7	0,595	0,361	< 0,001	Valid
	X1.8	0,536	0,361	0,002	Valid
	X1.9	0,559	0,361	0,001	Valid
	X1.10	0,548	0,361	0,002	Valid
	X1.11	0,475	0,361	0,008	Valid
	X1.12	0,516	0,361	0,004	Valid
	X1.13	0,518	0,361	0,003	Valid

Sumber: data primer diolah tahun 2025

Pada tabel 4.7 menunjukkan variabel X₁ dalam pengujian instrumen 13 pernyataan, 2 diantaranya r_{hitung} < r_{tabel}. Oleh karenanya, 2 pernyataan tersebut yaitu pernyataan kesatu dan kelima dinyatakan tidak valid. Selebihnya, 11 pernyataan yg lainnya memenuhi syarat validitas, serta layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

**Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel
Kepedulian Lingkungan**

Variabel	Butir	R _{hitung}	R _{tabel}	Sig.	Keterangan
Kepedulian Lingkungan	X2.1	0,761	0,361	< 0,001	Valid
	X2.2	0,709	0,361	< 0,001	Valid
	X2.3	0,624	0,361	< 0,001	Valid
	X2.4	0,804	0,361	< 0,001	Valid
	X2.5	0,754	0,361	< 0,001	Valid
	X2.6	0,729	0,361	< 0,001	Valid
	X2.7	0,677	0,361	< 0,001	Valid
	X2.8	0,822	0,361	0,002	Valid
	X2.9	0,4	0,361	0,028	Valid
	X2.10	0,71	0,361	< 0,001	Valid
	X2.11	0,726	0,361	< 0,001	Valid
	X2.12	0,467	0,361	0,009	Valid
	X2.13	0,381	0,361	0,038	Valid
	X2.14	0,218	0,361	0,248	Tidak Valid

Sumber: data primer diolah tahun 2025

Tabel diatas mengindikasikan variabel X₂ yang ada di dalam instrumen memiliki 14 pernyataan, dan satu diantaranya menunjukkan ketidakvalidan karena r_{hitung} kurang dari nilai r_{tabel}. Oleh karenanya, kuesioner layak diuji pada variabel X₂ terdapat 13 pernyataan.

**Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel
Minat Beli Produk Ramah
Lingkungan**

Variabel	Butir	R _{hitung}	R _{tabel}	Sig.	Keterangan
Minat Beli Produk Ramah Lingkungan	Y.1	0,367	0,361	0,046	Valid
	Y.2	0,704	0,361	< 0,001	Valid
	Y.3	0,749	0,361	< 0,001	Valid
	Y.4	0,652	0,361	< 0,001	Valid
	Y.5	0,665	0,361	< 0,001	Valid
	Y.6	0,798	0,361	< 0,001	Valid
	Y.7	0,427	0,361	0,019	Valid
	Y.8	0,617	0,361	< 0,001	Valid
	Y.9	0,599	0,361	< 0,001	Valid
	Y.10	0,696	0,361	< 0,001	Valid
	Y.11	0,756	0,361	< 0,001	Valid
	Y.12	0,793	0,361	< 0,001	Valid
	Y.13	0,733	0,361	< 0,001	Valid
	Y.14	0,781	0,361	< 0,001	Valid
	Y.15	0,61	0,361	< 0,001	Valid
	Y.16	0,498	0,361	0,005	Valid
	Y.17	0,772	0,361	< 0,001	Valid

Sumber: Data Primer diolah tahun 2025

Tabel 4.9 menandakan variabel Ysecara keseluruhan dalam instrumen memiliki 17 pernyataan. Secara keseluruhan, seluruh item pernyataan dapat dikatakan valid dikarenakan r_{hitung} yang diperoleh bernilai lebih besar daripada r_{tabel}. Hal ini menyatakan bahwa item pernyataan kuesioner layak untuk diuji.

2) Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,786	13

Gambar 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penggunaan *Eco-Bag*

Sumber: *Output SPSS* Versi 29 diolah tahun 2025

Gambar 4.3 diatas menunjukkan bahwa hasil dari koefisien reliabilitas memperoleh angka sebesar 0,786. Hal ini menandakan bahwa koefisien reliabilitas termasuk reliabilitas tinggi dan tentu dinyatakan reliabel, dikarenakan hasil *Cronbach's Alpha* melebihi 0,60. Oleh karenanya, kuesioner penggunaan *eco-bag* dapat diandalkan sebagai alat tolak ukur variabel minat beli produk ramah lingkungan.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,863	14

Gambar 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepedulian Lingkungan

Sumber: *Output SPSS* Versi 29 diolah tahun 2025

Gambar 4.4 membuahkan hasil bahwa koefisien reliabilitas mendapatkan angka sebesar 0,863. Hal

tersebut menandakan koefisien reliabilitas tergolong sangat tinggi dan tentu dinyatakan reliabel, dikarenakan hasil *Cronbach's Alpha* melebihi 0,60. Oleh karenanya, kuesioner kepedulian lingkungan dapat diandalkan sebagai alat tolak ukur variabel minat beli produk ramah lingkungan.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,914	17

Gambar 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli Produk Ramah Lingkungan

Sumber: *Output SPSS* Versi 29 diolah tahun 2025

Gambar 4.5 diatas membuahkan hasil bahwa koefisien reliabilitas mendapatkan angka sebesar 0,914. Hal tersebut menandakan bahwa koefisien reliabilitas tergolong sangat tinggi dan tentu juga dinyatakan reliabel, dikarenakan hasil *Cronbach's Alpha* melebihi 0,60. Oleh karenanya, kuesioner minat beli produk ramah lingkungan dapat diandalkan sebagai alat tolak ukur terhadap variabel minat beli produk ramah lingkungan.

3) Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Descriptive Statistics									
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Skewness	Kurtosis	Std. Error	Statistic
Residuals	384	-14,3188	18,0915	-0,0000	0,994877	0,706	2,632	,143	0,000
Model	384								

Gambar 4.6 Hasil Uji Normalitas Menggunakan Uji Skewness dan Kurtosis

Sumber: *Output SPSS* Versi 29 diolah tahun 2025

Gambar 4.6 menandakan nilai statistik *Skewness* diperoleh sebesar -0,706. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pendistribusian data sedikit miring ke kiri. Namun demikian, nilai tersebut masih tergolong normal untuk data besar. Adapun perolehan nilai sebesar -0,706 dapat dikategorikan normal, dikarenakan nilai tersebut masih berada pada batas umum antara -1 sampai +1. Gambar diatas juga menunjukkan perolehan nilai statistik *Kurtosis* sebesar 2,632. Hal ini menunjukkan bahwa data agak lebih runcing dari pendistribusian normal. Akan tetapi, pendistribusian pada data tersebut dapat dikatakan normal dikarenakan nilai yang diperoleh masih dalam batas wajar.

Berdasarkan nilai *Skewness* dan *Kurtosis* dengan N (jumlah data) = 384, *Skewness* = 0,706, dan *Kurtosis* = 2,632, maka data residual terdistribusi normal secara statistik, serta model regresi dapat memenuhi asumsi normalitas residual.

b. Uji Multikolinearitas

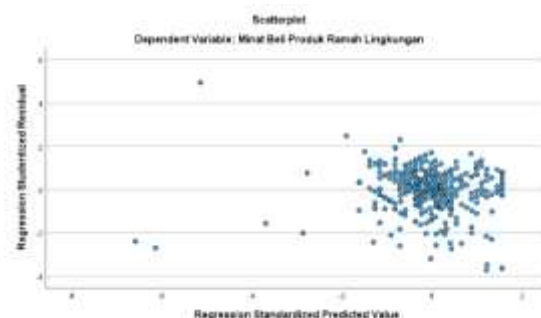
Coefficients ^a									
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics		VIF
	B	Std. Error	Beta	Partial			Tolerance	Partial R Squared	
1									
(Constant)	12,834	1,868			6,976	<0,01			
Produk Ramah Lingkungan	,888	,094	,478	,808	9,458	<0,01	,888	1,818	
Produk Ramah Lingkungan	,517	,094	,477	,808	5,515	<0,01	,888	1,818	

Gambar 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas

Sumber: *Output SPSS* Versi 29 diolah tahun 2025

Menandakan bahwa nilai *Tolerance* X_1 dan X_2 memperoleh nilai 0,550. Artinya, perolehan hasil angka yang didapat lebih besar dari nilai 0,10 menandakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas. Sedangkan, jika dilihat dari nilai VIF X_1 dan X_2 diperoleh hasil senilai 1,818. Dengan kata lain, nilai tersebut kurang dari nilai 10, sehingga tidak terjadi multikolinearitas atau bisa disebut dengan homoskedastisitas. Maka daripada itu, X_1 dan X_2 tidak saling bersinggungan pada model regresi secara statistik.

c. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Scatterplot Residual

Sumber: *Output SPSS* Versi 29 diolah tahun 2025

Gambar 4.10 menunjukkan pada penelitian ini bahwa varians residual tidak mengalami gejala heteroskedastisitas, dikarenakan *scatterplot* diatas antara nilai prediksi dan residual tidak beraturan. Hal ini dinyatakan dengan memvisualisasikan persebaran titik-titik acak atau tak membentuk pola tertentu, seperti: naik, turun, kipas atau kerucut. Dengan kata lain, apabila titik menyebar secara acak menunjukkan tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Artinya, pada penelitian ini model yang dipergunakan lebih valid secara statistik, serta residual menyebar secara konsisten. Merujuk pada hasil uji normalitas, mengindikasikan bahwa model regresi memenuhi asumsi klasik, sehingga layak untuk digunakan dalam analisis selanjutnya.

4) Analisis Regresi Berganda

Hasil output SPSS menandakan bahwa persamaan regresi linier berganda ialah berikut.

$$Y = 12,634 + 0,556X_1 + 0,537X_2$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (terikat)

X₁ = Variabel independen pertama

X₂ = Variabel independen kedua

12,634 = konstanta (nilai Y ketika X₁ dan X₂ = 0)

Dari data yang telah dipaparkan, peneliti selanjutnya akan menginterpretasikan koefisien regresi, dimana:

- Nilai koefisien regresi variabel penggunaan eco-bag (X₁) diperoleh senilai 0,556. Indikasi tersebut merujuk pada setiap variabel X₁ naik 1, maka variabel Y juga meningkat senilai 0,556.
 - Nilai koefisien regresi variabel kepedulian lingkungan (X₂) senilai 0,537. Yang berarti setiap variabel X₂ naik, oleh karenanya variabel Y juga meningkat sebesar 0,537.
 - Konstanta diperoleh nilai 12,634. Hal ini mengindikasikan bahwa jika nilai variabel penggunaan eco-bag (X₁) dan variabel kepedulian lingkungan (X₂) adalah 0, oleh karenanya nilai Y diperkirakan senilai 12,634.
- 5) Uji Koefisien Determinasi (R-Square)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,781 ^a	,611	,609	3,86961

a. Predictors: (Constant), Kepedulian Lingkungan, Penggunaan Eco-Bag

Gambar 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R-Square)

Sumber: *Output SPSS* Versi 29 diolah tahun 2025

Gambar diatas perolehan hasil dari nilai *R-Square* sebesar 0,611. Artinya, sekitar 61,1%, variasi variabel Y dapat diinterpretasikan oleh variabel X_1 dan X_2 . Adapun 38,9% sebagai sisanya dapat dijelaskan oleh faktor lain.

Gambar diatas juga menggambarkan perolehan nilai *Adjusted R²* sebesar 0,609. Menandakan bahwa sekitar 60,9%, variasi dari variabel Y (Minat Beli Produk Ramah Lingkungan) dipengaruhi oleh variabel X_1 (Penggunaan *Eco-Bag*) dan X_2 (Kepedulian Lingkungan). Sisanya, yaitu 39,1% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam studi penelitian ini.

6) Uji Hipotesis

Merupakan metode statistika dalam menentukan asumsi dapat diterima atau ditolak berdasarkan data sampel penelitian. Adapun statistik uji didasarkan pada nilai yang dihitung dari data sampel melalui pengujian statistik F dan t.

a. Uji Keterandalan Model (Uji Statistik F)

Uji simultan berguna dalam menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Pengujian ini bertujuan mengidentifikasi pengaruh variabel independen (X_1 dan X_2) terhadap variabel Y.

Uji ini dapat diketahui dengan melihat tabel ANOVA serta menggunakan tingkat signifikansi 5% serta perhitungan F_{tabel} melalui rumus ($df_1 = k - 1$) dan $df_2 = n - k$), k artinya jumlah variabel penelitian, dan n adalah jumlah responden. Maka berdasarkan rumus tersebut, diperoleh perhitungan F_{tabel} sebesar 3,02.

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	8950,965	2	4475,482	298,887
	Residual	5705,035	381	14,974	
	Total	14656,000	383		

a. Dependent Variable: Minat Beli Produk Ramah Lingkungan
b. Predictors: (Constant), Kepedulian Lingkungan, Penggunaan Eco-Bag

Gambar 4.12 Hasil Uji F (Simultan)

Sumber: *Output SPSS* Versi 29 diolah tahun 2025

Gambar 4.12 diatas menunjukkan *output* ANOVA, dan diperoleh hasil: F_{hitung} senilai 298,887 dengan tingkat signifikansi sebesar $< 0,001$. Nilai tersebut $> F_{\text{tabel}}$ senilai 3,02 dengan nilai signifikansi 5%. Dikarenakan taraf signifikansi uji $F < 0,05$ dan nilai $F_{\text{hitung}} (298,887) > F_{\text{tabel}} (3,02)$, artinya H_0

ditolak dan H_a diterima. Untuk itu, variabel X_1 (Penggunaan *Eco-Bag*) dan X_2 (Kepedulian Lingkungan) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel Y (Minat Beli Produk Ramah Lingkungan).

b. Uji Koefisien Regresi (Uji Statistik t)

Guna mengidentifikasi berpengaruh tidaknya secara signifikan dari variabel independen terhadap Y . Uji ini berguna untuk mengidentifikasi pengaruh variabel penggunaan *eco-bag* (X_1) terhadap variabel minat beli produk ramah lingkungan (Y), dan pengaruh variabel kepedulian lingkungan (X_2) terhadap variabel minat beli produk ramah lingkungan (Y).

Uji t dapat diketahui dengan melihat tabel *Coefficients* menggunakan taraf signifikansi 5%. Rumus perhitungan t_{tabel} melalui rumus ($df1 = n - k$), n adalah jumlah responden dan k ialah jumlah variabel independen + 1. Oleh karenanya, dari rumus tersebut diperoleh perhitungan t_{tabel} senilai 1,966.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	12,834	1,886			6,774	<.001
	Penggunaan Eco-Bag	,556	,256	,428		9,926	<.001
	Kepedulian Lingkungan	,937	,254	,427		9,915	<.001

a. Dependent Variable: Minat Beli Produk Ramah Lingkungan

Gambar 4.13 Hasil Uji t (Parsial)

Sumber: Output SPSS Versi 29 diolah tahun 2025

Dapat diketahui berdasarkan hasil *output Coefficients* diatas, bahwa:

- Koefisien regresi variabel penggunaan *eco-bag* (X_1) memiliki t_{hitung} sebesar 9,926 dan t_{tabel} sebesar 1,966. Hal tersebut menandakan bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Dengan nilai signifikansi $<0,001 < 0,05$, artinya H_0 ditolak dan H_{a1} diterima. Maka artinya penggunaan *eco-bag* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli produk ramah lingkungan.
- Koefisien regresi variabel kepedulian lingkungan (X_2) memiliki t_{hitung} senilai 9,915 dan t_{tabel} sebesar 1,966. Hal tersebut menandakan bahwa t_{hitung} lebih dari t_{tabel} . Dengan taraf signifikansi $<0,001 < 0,05$, artinya H_0 ditolak dan H_{a2} diterima. Oleh karenanya, kepedulian lingkungan juga berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk ramah lingkungan.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa variabel penggunaan *eco-bag* dan kepedulian lingkungan mempengaruhi minat beli produk ramah lingkungan dengan interpretasi hasil penelitian sebagai berikut:

1. Pengaruh Variabel Penggunaan Eco-Bag terhadap Minat Beli Produk Ramah Lingkungan

Hasil uji hipotesis secara terpisah mengindikasikan bahwa penggunaan eco-bag (X1) diperoleh thitung (9,926) dan ttabel (1,966) dengan nilai signifikansi (p-value) $< 0,001 <$ taraf signifikansi yang ditetapkan, yakni 0,05. Hal tersebut menandakan thitung (9,926) $>$ ttabel (1,966) dan nilai signifikansi $< 0,001$ lebih kecil dari 0,05, yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Oleh karenanya, variabel penggunaan eco-bag berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk ramah lingkungan.

Pengalaman dalam penggunaan eco-bag pada responden masyarakat Kabupaten Badung cukup tinggi. Hal ini dapat diamati melalui bagaimana cara responden mengetahui lebih mendalam seputar pemasaran hijau (Green Marketing) serta adanya promosi eco-bag yang telah tersedia di berbagai pasar modern atau kampanye di lingkungan sekitar, serta dinilai relevan dengan kebutuhan dengan melihat seiring ketentuan UU yang masih tetap berlaku di daerah Kabupaten Badung.

Studi ini selaras dengan teori Utomo & Dwiyanto, apabila green marketing ditingkatkan secara terus-menerus pada produk eco-bag

Alfamart, maka keputusan konsumen dalam pembelian produk eco-bag akan dapat meningkat. Penelitian dari Resi Dilmia juga memperkuat penelitian bahwa green marketing memiliki berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen. Oleh karena itu, jika pengetahuan dan keyakinan konsumen tentang green marketing, produknya, serta pengetahuan tentang manfaatnya semakin baik, semakin meningkat juga ketertarikan konsumen dalam membeli produk ecobag di Indomaret.

Pada temuan Fikriansyah juga mendasari penelitian ini bahwa dalam peningkatan kualitas pemasaran hijau, agar konsumen lebih tertarik untuk membeli produk eco-bag, jika mengetahui iklan hijau, produk hijau, dan manfaatnya.

2. Pengaruh Variabel Kepedulian Lingkungan terhadap Minat Beli Produk Ramah Lingkungan

Hasil uji hipotesis secara parsial mengindikasikan bahwa kepedulian lingkungan (X2) diperoleh thitung (9,915) dan ttabel (1,966) dengan taraf signifikansi $< 0,001$ kurang dari taraf signifikansi yang ditetapkan sebesar 0,05. Hal tersebut menandakan bahwa thitung (9,915) $>$ ttabel (1,966) dan nilai signifikansi $< 0,001 <$ taraf signifikansi 0,05, artinya H_0 ditolak dan H_1

diterima. Maka dapat dikatakan bahwa variabel kepedulian lingkungan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat beli produk ramah lingkungan.

Studi ini selaras dengan teori yang diungkapkan oleh Arrazzaqy & Lukiarti bahwa kepedulian lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian Thrifting dan keputusan pembelian produk hijau. Juga diperkuat oleh penelitian Elafansa R. & Hartono bahwa kepedulian lingkungan mempengaruhi positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk hijau. Pada studi Harsono juga ditemukan pengaruh positif yang signifikan pada hubungan antara kepedulian lingkungan, partisipasi merek di media sosial, dan kualitas informasi dalam mempengaruhi minat beli.

Responden dalam penelitian ini dinilai mampu mengetahui isu lingkungan, dengan melihat cara responden dalam mencerminkan pemahaman rasa tanggungjawab dalam mengambil tindakan terhadap lingkungan sekitar, berupaya dalam mencegah kerusakan dan memperbaiki lingkungan, serta timbulnya kesadaran akan lingkungan bagi tiap individu.

Akan tetapi, hasil studi ini berbeda dengan penelitian Maulana yang menyatakan tidak ditemukannya hubungan signifikan antar perilaku konsumen yang peduli lingkungan terhadap perilaku pembelian produk ramah lingkungan.

3. Pengaruh Variabel Penggunaan Eco-Bag dan Kepedulian Lingkungan terhadap Minat Beli Produk Ramah Lingkungan secara simultan

Adanya pengaruh positif signifikan secara bersama-sama antar variabel penggunaan eco-bag dan kepedulian lingkungan terhadap minat beli produk ramah lingkungan. Hal ini diketahui dari hasil uji F dengan taraf signifikansi $<0,001$ artinya kurang dari taraf signifikansi yang ditetapkan sebesar 0,05 dan nilai $F_{hitung} (298,887) > F_{tabel} (3,02)$.

Berdasarkan pada nilai Adjusted R Square (R^2) yakni 0,609, apabila dipersentasekan menjadi 60,9%. Kondisi ini membuktikan semakin tinggi tingkat penggunaan eco-bag dan kepedulian lingkungan, semakin meningkat juga akan minat beli produk ramah lingkungan pada masyarakat daerah Kabupaten Badung.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian mengenai pengaruh penggunaan *eco-bag* dan kepedulian lingkungan terhadap minat beli produk ramah lingkungan pada masyarakat daerah Kabupaten Badung yang telah dijabarkan sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan penggunaan *eco-bag* terhadap minat beli produk ramah lingkungan pada masyarakat daerah Kabupaten Badung. Hal ini berdasarkan hasil uji parsial dengan diperoleh nilai $t_{hitung} (9,926) > t_{tabel} (1,966)$ dengan tingkat signifikansi $<0,05$, artinya H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel penggunaan *eco-bag* berpengaruh terhadap minat beli produk ramah lingkungan.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kepedulian lingkungan terhadap minat beli produk ramah lingkungan pada masyarakat daerah Kabupaten Badung. Hal ini berdasarkan hasil uji parsial dengan diperoleh nilai $t_{hitung} (9,915) > t_{tabel} (1,966)$ dengan tingkat signifikansi $<0,05$, artinya H_{02} ditolak dan H_{a2}

diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepedulian lingkungan berpengaruh terhadap minat beli produk ramah lingkungan.

3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan penggunaan *eco-bag* dan kepedulian lingkungan terhadap minat beli produk ramah lingkungan pada masyarakat daerah Kabupaten Badung. Berdasarkan hasil uji simultan yang diperoleh dari nilai $F_{hitung} (298,887) > F_{tabel} (3,02)$ dengan tingkat signifikansi $<0,05$, yang berarti membuktikan bahwa H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) dengan nilai *Adjusted R Square* (R^2) sebesar 0,609 atau jika dipersentasekan menjadi 60,9%. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel penggunaan *eco-bag* dan kepedulian lingkungan berpengaruh terhadap minat beli produk ramah lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Antari, N. K. Y., & Pangaribuan, C. H. (2021). Analyzing the Millennials' Intention towards Purchasing Reusable Shopping Bags (Evidence from Bali). *Journal of Multidisciplinary Issues*, 1(1), 22–31.

- Gabriel Chintya Anggraeni, Ch Herutomo, N. & A. I. S. (2022). Pengaruh Kampanye Lingkungan Terhadap Kesadaran Mengurangi Penggunaan Plastik Pada Followers Instagram. *JOMIK (Jurnal Online Mahasiswa Ilmu Komunikasi)*, 02(1), 34–44.
- Hana, L. (2020). Polemik Plastik dan Green Marketing Tas Belanja di Denpasar, Bali. *Jurnal Studi Kultural*, V(2), 14–18.
- Liska, R., Machpudin, A., Khaza, M. A. M. H., Ratnawati, R., & Wediawati, B. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Financial Technology Terhadap Inklusi Keuangan (Studi Empiris Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11(04), 1034–1043. <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i04.21796>
- Song, Y., Qin, Z., & Qin, Z. (2020). Green Marketing to Gen Z Consumers in China: Examining the Mediating Factors of an Eco-Label-Informed Purchase. *SAGE Open*, 10(4). <https://doi.org/10.1177/2158244020963573>
- Antari, N. K. Y., & Pangaribuan, C. H. (2021). Analyzing the Millennials' Intention towards Purchasing Reusable Shopping Bags (Evidence from Bali). *Journal of Multidisciplinary Issues*, 1(1), 22–31.
- Gabriel Chintya Anggraeni, Ch Herutomo, N. & A. I. S. (2022). Pengaruh Kampanye Lingkungan Terhadap Kesadaran Mengurangi Penggunaan Plastik Pada Followers Instagram. *JOMIK (Jurnal Online Mahasiswa Ilmu Komunikasi)*, 02(1), 34–44.
- Hana, L. (2020). Polemik Plastik dan Green Marketing Tas Belanja di Denpasar, Bali. *Jurnal Studi Kultural*, V(2), 14–18.
- Liska, R., Machpudin, A., Khaza, M. A. M. H., Ratnawati, R., & Wediawati, B. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Financial Technology Terhadap Inklusi Keuangan (Studi Empiris Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11(04), 1034–1043. <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i04.21796>
- Song, Y., Qin, Z., & Qin, Z. (2020). Green Marketing to Gen Z Consumers in China: Examining the Mediating Factors of an Eco-Label-Informed Purchase. *SAGE Open*, 10(4). <https://doi.org/10.1177/2158244020963573>