

Pengaruh Attitude Towards Environmental, Subjective Norms, dan Perceived Behavioral Control Terhadap Green Product Adoption Dengan Green Product Adoption Intention Sebagai Variabel Mediasi

Bianka Andriyani, Amazing Grace Torey, Febriana Wahyu Setyaningrum

Program Studi Manajemen STIE YKPN Yogyakarta

Email: biankasukses@gmail.com, gracetorey10@gmail.com, 05wfebriana@gmail.com

KATA KUNCI**ABSTRAK**

Attitude towards environmental, subjective norms, perceived behavioral control, green product adoption intention, green product adoption.

Permasalahan lingkungan yang semakin kompleks mendorong konsumen untuk beralih ke produk ramah lingkungan (green product). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh attitude towards environmental (ATE), subjective norms (SN), dan perceived behavioral control (PBC) terhadap green product adoption (GPA) dengan green product adoption intention (GPAI) sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data primer yang diperoleh dari 100 responden. Data dianalisis dengan menggunakan SPSS dan AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ATE, SN, dan PBC memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap GPAI. GPAI juga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap GPA. Temuan ini menunjukkan bahwa GPAI merupakan variabel mediasi yang penting dalam hubungan antara ATE, SN, PBC, dan GPA. Implikasi penelitian ini adalah pentingnya meningkatkan ATE, SN, dan PBC untuk meningkatkan GPAI dan GPA.

Bianka Andriyani

biankasukses@gmail.com

artikel dengan akses terbuka dibawah lisensi

**PENDAHULUAN****Latar Belakang**

Lingkungan yang bersih dan nyaman akan memberikan dampak yang besar bagi para pengunjung ataupun penduduk yang bermukim di tempat tersebut. Tentunya ini menjadi sebuah rujukan yang besar dalam lingkungan yang besar terutama juga pada perilaku mempengaruhi kelangsungan hidup yang ada. Karena pada dasarnya kelangsungan hidup bukan hanya para penduduk yang besar tapi juga bagaimana para penduduk yang mengolah keadaan lingkungan yang besar tersebut menjadi sebuah lingkungan yang sehat dan produktif.

Perilaku yang tentunya akan berdampak pada kegiatan lingkungan diantaranya adalah melakukan pembuangan sampah sembarangan ataupun melakukan pembabatan hutan secara sembarangan. Perilaku ataupun tindakan ini merupakan perilaku yang sangat tidak bisa

dilakukan dalam sebuah lingkungan. Maka dengan demikian seseorang harus melakukan pengambilan keputusan yang tepat dalam membeli produk yang ada di tempat lingkungan tersebut. Hal ini akan berdampak pada juga kualitas udara yang ada di tempat tersebut. Niat rasa ingin membeli produk yang ada tentunya menjadi sebuah rujukan yang besar bagi seseorang apakah perilaku tersebut akan berdampak atau tidaknya.

Proses pengambilan keputusan dalam membeli produk yang akan berdampak juga ini menjadi perilaku yang akan menjadi arahan dan langkah yang tepat dalam membeli ataupun mengapa seorang konsumen membeli produk tersebut (Setiawan, 2016). Lingkungan yang bersih dan berkualitas tentunya menjadi sebuah tempat yang sangat diidamkan oleh banyak orang dalam sebuah kehidupan yang besar.

Kepedulian lingkungan merupakan sikap seseorang yang dimiliki seorang individu untuk berupaya memperbaiki keadaan lingkungan alam sekitar dengan memberikan perilaku yang mendukung (Qodriyanti et al., 2022). Kepedulian seseorang juga tergantung bagaimana seseorang dapat bersikap dengan baik dan tegas dalam segala aspek kehidupan yang berkaitan dengan lingkungan tempat tinggal mereka (Kumurur, 2012). Lingkungan yang ramah bukan hanya ditunjukkan dengan keadaan yang baik saja tapi juga bagaimana seorang individu dapat menyingkap segala hal yang berkaitan dengan lingkungan sehingga akan menimbulkan wujud keadaan yang baik dan sejahtera.

Pembentukan sikap dan perilaku berasal dari bagaimana seorang individu dalam menggambarkan hubungan antara sikap dan kepercayaan terutama perilaku yang menunjukkan sikap yang baik dan memberikan dampak positif pada lingkungan yang ada (Rini et al., 2017). Sikap lingkungan mengacu bagaimana pada pertimbangan nilai seorang individu terhadap perlindungan lingkungan yang berada di tempat tinggal mereka tersebut (Stia Rini et al., 2017).

Kepedulian seseorang dalam lingkungan tentunya akan memberikan berdampak pada wawasan lingkungan yang cenderung melakukan kepedulian yang kuat dan konsumen yang lebih memilih produk-produk yang ramah lingkungan, karena dampak yang besar tentunya akan memberikan dampak pada lingkungan sekitar seorang individu yang akan berbalik dampak pada produk yang lainnya (Utami et al., 2014). Kepedulian dalam sebuah lingkungan yang secara tradisional dipasang pada ukuran konsep yang baik yang tidak akan berdampak pada lingkungan hidup. Kepedulian pada lingkungan sebagai suatu derajat pengukuran dimana seseorang dapat mengapresiasi dalam kehidupan sehari-hari.

Nilai pengadopsian dalam sebuah lingkungan hidup mempunyai dampak pada sebuah kehidupan sehari-hari karena pada dasarnya akan memberikan dampak yang besar dan bermukim yang besar pada sebuah lingkungan hidup (Jannah et al., 2019). Nilai yang besar bukan hanya pada seseorang yang mempunyai rasa tanggung jawab yang besar tapi juga pada seorang individu yang melakukan evaluasi dalam segala aspek lingkungan yang memperbesar tingkah laku yang akan berdampak pada lingkungan tersebut.

Norma subyektif merupakan persepsi ataupun pendapat seseorang dalam kepercayaan orang lain yang dapat memberikan pengaruh untuk melakukan atau tidak tingkah laku atau perilaku yang sedang dipertimbangkan terlebih dahulu (PUTRA, 2018). Perilaku seorang individu biasanya terletak bagaimana seseorang tersebut dapat memberikan persepsi terlebih dahulu mengenai pemikirannya sebelum melakukan tingkah laku yang ada tersebut.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah sikap berpengaruh positif terhadap kepedulian lingkungan dengan adopsi produk ramah lingkungan ?
- b. Apakah norma subjektif berpengaruh positif terhadap niat adopsi produk ramah lingkungan ?

Pengaruh Attitude Towards Environmental, Subjective Norms, dan Perceived Behavioral Control Terhadap Green Product Adoption Dengan Green Product Adoption Intention Sebagai Variabel Mediasi

- c. Apakah kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap niat mengadopsi produk ramah lingkungan ?
- d. Apakah niat mengadopsi produk ramah lingkungan berpengaruh terhadap adopsi produk ramah lingkungan ?
- e. Apakah niat mengadopsi produk ramah lingkungan akan memediasi hubungan antara sikap terhadap kepedulian lingkungan dan adopsi produk ramah lingkungan ?
- f. Apakah niat mengadopsi produk ramah lingkungan akan memediasi hubungan antara sikap terhadap kepedulian lingkungan dan adopsi produk ramah lingkungan ?
- g. Apakah niat mengadopsi produk ramah lingkungan akan memediasi hubungan antara perceived behavioral control dan adopsi produk ramah lingkungan ?

Tujuan penelitian

- a. Mengetahui pengaruh sikap terhadap kepedulian lingkungan terhadap adopsi produk ramah lingkungan.
- b. Mengetahui pengaruh norma subjektif terhadap niat adopsi produk ramah lingkungan.
- c. Mengetahui pengaruh kontrol perilaku terhadap niat mengadopsi produk ramah lingkungan.
- d. Mengetahui pengaruh niat mengadopsi produk ramah lingkungan terhadap adopsi produk ramah lingkungan.
- e. Menguji apakah niat mengadopsi produk ramah lingkungan memediasi hubungan antara sikap terhadap kepedulian lingkungan dan adopsi produk ramah lingkungan.
- f. Menguji apakah niat mengadopsi produk ramah lingkungan memediasi hubungan antara norma subjektif dan adopsi produk ramah lingkungan.
- g. Menguji apakah niat mengadopsi produk ramah lingkungan memediasi hubungan antara kontrol perilaku dan adopsi produk ramah lingkungan.

Manfaat Penelitian

- a. Sikap terhadap kepedulian lingkungan akan berhubungan positif dengan niat adopsi produk ramah lingkungan.
- b. Norma subyektif akan berhubungan positif dengan niat adopsi produk ramah lingkungan.
- c. Kontrol perilaku yang dirasakan akan berhubungan positif dengan niat mengadopsi produk ramah lingkungan.
- d. Niat mengadopsi produk ramah lingkungan akan berhubungan positif dengan adopsi produk ramah lingkungan.
- e. Niat mengadopsi produk ramah lingkungan akan memediasi hubungan antara Sikap terhadap kepedulian lingkungan dan adopsi produk ramah lingkungan.
- f. Niat mengadopsi produk ramah lingkungan akan memediasi hubungan antara norma subyektif dan adopsi produk ramah lingkungan.
- g. Niat mengadopsi produk ramah lingkungan akan memediasi hubungan antara Perceived behavioral control dan adopsi produk ramah lingkungan.

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. (Creswell (2009) mendefinisikan penelitian kuantitatif penulis menggunakan pendekatan kuantitatif karena pendekatan kuantitatif dapat digunakan sebagai bahan untuk menguji apakah attitude towards environmental, subjective norms, dan perceived behavioral control berpengaruh terhadap green product adoption dengan green product adoption intention sebagai variabel mediasi.

3.2 Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah semua kalangan.

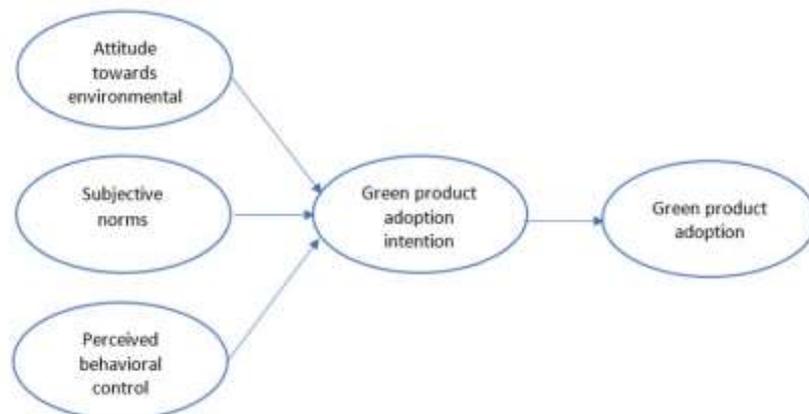
3.3 Teknik Pengumpulan

Teknik Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan pengumpulan data primer dengan cara menyebarkan kuesioner yang dibagikan melalui media elektronik yaitu Google Form. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan likert scale. Menurut Sugiyono (2019), angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Kuesioner disebarikan secara online atau daring kepada semua kalangan dengan berbasis web, dimana responden dapat langsung melakukan pengisian kuesioner dengan mengklik alamat situs web Google Form yang dibagikan.

3.4 Model Penelitian

Research Framework adalah gambaran umum dari penelitian yang akan dilakukan, dimana dalam kerangka ini tergambar prosedur dan apa yang akan dikaji dalam penelitian (Hernawati, 2017).



3.5 Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan atau pernyataan sementara yang digunakan untuk menyelesaikan suatu permasalahan dalam penelitian yang kebenarannya harus diuji secara empiris.

H1: Attitude towards environmental concern will be positively related to Green product adoption intention → Sikap terhadap kepedulian lingkungan akan berhubungan positif dengan niat adopsi produk ramah lingkungan.

H2: Subjective norms will be positively related to Green product adoption intention → Norma subyektif akan berhubungan positif dengan niat adopsi produk ramah lingkungan.

H3: Perceived Behavioral Control be positively related to Green product adoption intention → Kontrol perilaku yang dirasakan akan berhubungan positif dengan niat adopsi produk ramah lingkungan.

H4: Green product Adoption Intention will be positively related to Green product adoption → Niat adopsi produk ramah lingkungan akan berhubungan positif dengan adopsi produk ramah lingkungan.

H5a: Green product adoption intention will mediate the relationship between Attitude towards environmental concern and green product adoption → Niat adopsi produk hijau akan memediasi hubungan antara sikap terhadap kepedulian lingkungan dan adopsi produk hijau.

H5b: Green product adoption intention will mediate the relationship between Subjective norms will be positively related to Green product adoption intention → Niat adopsi produk hijau akan memediasi hubungan antara norma subyektif akan berhubungan positif dengan niat adopsi produk ramah lingkungan.

H5c: Green product adoption intention will mediate the relationship between Perceived Behavioral Control be positively related to Green product adoption → Niat adopsi produk hijau akan memediasi hubungan antara kontrol perilaku yang dirasakan akan berhubungan positif dengan produk ramah lingkungan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Deskriptif Responden

4.1.1 Karakteristik Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian, karakteristik jenis kelamin responden digambarkan sebagai berikut:

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

Kategori	Frekuensi	Persentase
Laki - Laki	28	28%
Perempuan	72	72%
Total	100	100%

Sumber data diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, dapat diketahui bahwa jumlah responden laki laki lebih sedikit dibandingkan jumlah responden perempuan. Jumlah laki - laki sebanyak 28 orang (28%), sedangkan jumlah perempuan sebanyak 72 orang (72%).

4.1.2 Karakteristik Umur

Berdasarkan hasil penelitian, karakteristik umur responden digambarkan sebagai berikut:

Tabel 2. Umur Responden

Kategori	Frekuensi	Persentase
17 - 20 Tahun	20	20%
20 - 25 Tahun	69	69%
25 - 30 Tahun	7	7%
> 30 tahun	4	4%
Total	100	100%

Sumber data diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, dapat diketahui bahwa jumlah responden terbanyak adalah pada umur 17 - 25 tahun yang berjumlah 20 orang (20%). Kemudian, diikuti responden 20 - 25 tahun yang berjumlah 69 orang (69%) dan juga umur 25 - 30 tahun yang juga berjumlah 7 orang (7%). sedangkan responden dengan umur > 30 tahun hanya berjumlah 4 orang (4%).

4.1.3 Karakteristik Pekerjaan

Berdasarkan hasil penelitian, karakteristik umur responden digambarkan sebagai berikut:

Tabel 3. Pekerjaan Responden

Kategori	Frekuensi	Persentase
Pelajar	6	6%
Mahasiswa / i	75	7,5%
PNS	0	0%
Ibu Rumah Tangga	2	2%
Wiraswasta	6	6%
Lainnya	11	11%
Total	100	100%

Sumber data diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, dapat diketahui bahwa jumlah responden terbanyak adalah pada mahasiswa / i yang berjumlah 75 orang (75%). Kemudian diikuti oleh lainnya sebanyak 11 orang (11%), pelajar sebanyak 6 orang (6%), wiraswasta 6 orang (6%), dan juga ibu rumah tangga sebanyak 2 orang (2%).

4.2 Hasil Penelitian

Penelitian dilakukan kepada seluruh kalangan, jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Penelitian ini berfokus pada attitude towards environmental, subjective norms, dan perceived behavioral control berpengaruh terhadap green product adoption dengan green product adoption intention sebagai variabel mediasi.

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner dengan skala pengukuran likert dengan skala 1 sampai dengan 5 yang didasarkan pada studi Hair (2007). Skala 1 = sangat tidak setuju; 2 = tidak setuju; 3 = Netral; 4 = setuju; 5 = sangat setuju. Berikut tabel hasil perhitungan korelasi antara variabel:

4.2.1 Uji SPSS

Tabel 4. Attitude Towards Environmental

Variable name: Attitude Towards Environmental Concern		
Validity test		
Item code	Factor loading	Conclusion
A1	0.877	Valid
A2	0.844	Valid
A3	0.841	Valid
A4	0.840	Valid
A5	0.814	Valid
Cronbach's alpha		Conclusion
0.896		RELIABLE

Sumber Data Oleh 2024

Tabel 5. Subjective Norms

Variable name: Subjective Norms		
Validity test		
Item code	Factor loading	Conclusion
S1	0.829	Valid
S2	0.805	Valid
S3	0.820	Valid
S4	0.681	Invalid
S5	0.712	Valid
Cronbach's alpha		Conclusion
0.821		RELIABLE

Sumber Data Oleh 2024

Tabel 6. Perceived Behavioral Control

Variable name: Perceived Behavioral Control		
Validity test		
Item code	Factor loading	Conclusion
P1	0.680	Invalid
P2	0.752	Valid
P3	0.756	Valid
P4	0.808	Valid
P5	0.768	Valid
Cronbach's alpha		Conclusion
0.807		RELIABLE

Sumber Data Oleh 2024

Tabel 7. Green Product Adoption Intention

Variable name: Green Product Adoption Intention		
Validity test		
Item code	Factor loading	Conclusion
GI1	0.808	Valid
GI2	0.670	Invalid
GI3	0.828	Valid
GI4	0.783	Valid
GI5	0.856	Valid
Cronbach's alpha		Conclusion
0.844		RELIABLE

Sumber Data Oleh 2024

Pengaruh Attitude Towards Environmental, Subjective Norms, dan Perceived Behavioral Control Terhadap Green Product Adoption Dengan Green Product Adoption Intention Sebagai Variabel Mediasi

Tabel 8. Green Product Adoption

Variable name: Green Product Adoption		
Validity test		
Item code	Factor loading	Conclusion
GA1	0.841	Valid
GA2	0.586	Invalid
GA3	0.839	Valid
GA4	0.898	Valid
GA5	0.870	Valid
Cronbach's alpha	Conclusion	
0.867	RELIABLE	

Sumber Data Oleh 2024

Tabel 9. Hasil Uji Means, Standard Deviations and Correlations

Variable	Mean	SD	1	2	3	4	5	6	7
1. Age	1.95	0.65713							
2. Gender	1.72	0.45126	-0,286						
3. Job	2.6	1.44949	0,583**	-0,173					
4. Var_A	4.496	0.62828	-0,023	0,082	0,105				
5. Var_S	3.878	0.61292	-0,106	0,109	-0,181	0,661**			
6. Var_P	3.902	0.65659	0,035	0,063	0,026	0,594**	,693**		
7. Var_GI	3.89	0.68718	-0,151	-0,009	-0,136	0,597**	,720**	,724**	
8. Var_GA	3.906	0.67357	-0,065	0,039	-0,068	0,683**	,678**	,683**	,780**

Sumber Data Oleh 2024

4.2.2 Uji Amos

4.2.1 Hasil Uji Direct Relationships Tabel 4.10

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Intention <--- Attitude	.181	.072	2.526	.012	par_21
Intention <--- Subjective	.486	.099	4.898	***	par_22
Intention <--- Perceived	.506	.124	4.079	***	par_23
Adoption <--- Intention	.970	.171	5.677	***	par_24

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
Intention <--- Attitude	.220
Intention <--- Subjective	.561
Intention <--- Perceived	.550
Adoption <--- Intention	.864

Sumber data diolah 2024

Analisis Data:

1. H1: Attitude towards environmental akan berhubungan positif dengan green product adoption intention.

Kontribusi Attitude towards environmental dalam meningkatkan pembelian terhadap green product adoption intention jika Attitude towards environmental tersebut tersampaikan dengan baik ke masyarakat. Hasil analisis menunjukkan nilai estimasi yang signifikan, yaitu memiliki P-value *** atau $P < 0,005$ dan koefisien dengan nilai 0,012. Dengan demikian hipotesis 1 terbukti.

2. H2: Subjective norm akan berhubungan positif dengan green product adoption intention.

Kontribusi subjective norm dalam meningkatkan pembelian terhadap green product adoption intention jika subjective norm tersebut tersampaikan dengan baik ke masyarakat. Hasil analisis menunjukkan nilai estimasi yang signifikan, yaitu memiliki P-value *** atau $P < 0,005$ dan koefisien dengan nilai 0,001. Dengan demikian hipotesis 2 terbukti.

3. H3: Perceived behavioral control akan berhubungan positif dengan green product adoption intention.

Kontribusi perceived behavioral control dalam meningkatkan pembelian terhadap green product adoption intention. Hasil analisis menunjukkan nilai estimasi yang signifikan, yaitu memiliki P-value *** atau $P < 0,001$ dan koefisien dengan nilai 0,005. Dengan demikian hipotesis 3 terbukti.

4. H4: Green product adoption intention akan berhubungan positif dengan green product adoption.

Kontribusi green product adoption intention akan saling berhubungan terhadap green product adoption. Hasil analisis menunjukkan nilai estimasi yang signifikan, yaitu memiliki P-value *** atau $P < 0,005$ dan koefisien dengan nilai 0,001. Dengan demikian hipotesis 4 terbukti.

Tabel 4.11. Hasil Uji Mediation Relationships Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	Subjective	Perceived	Attitude	Intention	Adoption
Intention	.000	.000	.000	.000	.000
Adoption	.485	.475	.190	.000	.000

Standardized Indirect Effects - Two Tailed Significance (BC) (Group number 1 - Default model)

	Subjective	Perceived	Attitude	Intention	Adoption
Intention
Adoption	.001	.001	.034

Jalur Indirect Effect	Indirect Effects	P value
Attitude --> Intention -->Adoption	0.190	0.034
Perceived --> Intention -->Adoption	0.475	0.001
Subjective --> Intention -->Adoption	0.485	0.001

Sumber data diolah 2024

Analisis Mediasi:

1. Apakah niat adopsi produk ramah lingkungan memediasi hubungan antara sikap terhadap kepedulian lingkungan dan adopsi produk ramah lingkungan?

Dari hasil uji didapatkan bahwa pengaruh tidak langsung Attitude Toward terhadap GPA melalui GPAI memiliki nilai Coefficient Indirect Effect sebesar 0,190 dengan nilai $p = 0,034$, maka hipotesis H5a supported.

2. Apakah niat adopsi produk ramah lingkungan memediasi hubungan antara norma subjektif dan adopsi produk ramah lingkungan?

Dari hasil uji didapatkan bahwa pengaruh tidak langsung Subjective Norms terhadap GPA melalui GPAI memiliki nilai Coefficient Indirect Effect sebesar 0,475 dengan nilai $p = 0,001^{**}$, maka hipotesis H5b supported.

3. Apakah niat adopsi produk ramah lingkungan memediasi hubungan antara kontrol perilaku yang dirasakan dan adopsi produk ramah lingkungan?

Dari hasil uji didapatkan bahwa pengaruh tidak langsung Perceived Behavioral Control terhadap GPA melalui GPAI memiliki nilai Coefficient Indirect Effect sebesar 0,485 dengan nilai $p = 0,001^{***}$, maka hipotesis H5c supported.

4.3 Ringkasan Hasil Penelitian

Tabel 4.12 Hasil penelitian

Hipotesis	Koefisien (P)	Kesimpulan
H1: Attitude Towards Enviromental berhubungan positif terhadap Green Product Adoption Intention	0.012	TERIMA
H2: Subjective Norms berhubungan positif terhadap Green Product Adoption Intention	***	TERIMA
H3: Perceived Behavioral Control berhubungan positif terhadap Green Product Adoption Intention	***	TERIMA
H4: Green Product Adoption Intention berhubungan positif terhadap Green Product Adoption	***	TERIMA
H5a: Green Product Adoption Intention akan memediasi hubungan antara Attitude Towards Environmental dan Green Product Adoption	0.034	TERIMA
H5b: Green Product Adoption Intention akan memediasi hubungan antara Subjective Norms dan Green Product Adoption	0.001	TERIMA
H5c: Green Product Adoption Intention akan memediasi hubungan antara Perceived Behavioral Control dan Green Product Adoption	0.001	TERIMA

Sumber data diolah 2024

4.4 Kontribusi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi sebagai dasar pertimbangan, pendukung dan sumbangan pemikiran kepada pengambil keputusan atau perusahaan dalam menentukan strategi pemasaran untuk meningkatkan pendapatan dan pengembangan usaha, serta menaikkan citra perusahaan.

4.5 Rekomendasi Keputusan Pemasaran

4.5.1 Rekomendasi 1 : Manajer marketing harus meningkatkan Subjective Norms

Konsep Pemasaran 1: Manajer marketing lebih mempertimbangkan subjective norms atau tindakan orang terhadap green product adoption dengan memberikan intention atau perhatian kepada individu melalui periklanan.

Rasionalisasi 1: Dengan memanfaatkan kampanye penggunaan produk ramah lingkungan yang bekerja sama dengan pakar untuk mensosialisasikan manfaat dan keuntungan dari penggunaan green product.

4.5.2 Rekomendasi 2: Manajer marketing harus meningkatkan Perceived Behavioral Control

Konsep Pemasaran 2 : Manajer marketing lebih mempertimbangkan perceived behavioral control atau tindakan orang terhadap green product adoption dengan memberikan intention atau perhatian kepada individu melalui influencer marketing.

Pengaruh Attitude Towards Environmental, Subjective Norms, dan Perceived Behavioral Control Terhadap Green Product Adoption Dengan Green Product Adoption Intention Sebagai Variabel Mediasi

Rasionalisasi 2 : Dengan memanfaatkan influencer marketing penggunaan produk ramah lingkungan yang bekerja sama dengan Influencer atau artis untuk mampu mengontrol perilaku konsumen agar semakin meningkatkan keyakinan konsumen terhadap green product.

KESIMPULAN

Kelompok kami mendukung perusahaan untuk mengadopsi Green Product sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan strategi pemasaran oleh perusahaan. Kelompok kami mendukung langkah Manajer marketing untuk meningkatkan variabel independen Subjective Norms dan Perceived Behavioral Control yang dimediasi Green Product Adoption Intention guna meningkatkan pendapatan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Jannah, A. R., Toiba, H., & Andriatmoko, N. D. (2019). Niat adopsi petani dalam menggunakan teknologi combine harvester. *Habitat*, 30(2), 71–78.
- Kumurur, V. (2012). Pengetahuan, sikap dan kepedulian mahasiswa pascasarjana ilmu lingkungan terhadap lingkungan hidup kota jakarta. *Ekoton*, 8(2).
- PUTRA, Y. A. N. C. P. (2018). THE INFLUENCE OF PERSONAL ATTITUDE, SUBJECTIVE NORM AND PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL ON ENTERPRENEURIAL INTENTION (A Study on Students of Management Department, Faculty of Economic and Business, Brawijaya University). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(1).
- Qodriyanti, A., Yarza, H. N., Irdalisa, I., Elvianasti, M., & Ritonga, R. F. (2022). Analisis sikap peduli lingkungan siswa di salah satu MAN pada materi pelestarian lingkungan. *Jurnal Eksakta Pendidikan (JEP)*, 6(1), 111–116.
- Rini, A. S., Sukaatmadja, I. P. G., & Giantari, I. (2017). Pengaruh pengetahuan lingkungan dan kepedulian lingkungan terhadap sikap dan niat beli produk hijau “The Body Shop” di Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 6(1), 137–166.
- Setiawan, A. (2016). Perilaku konsumen dalam pembelian beras organik produksi Kabupaten Pringsewu.
- Utami, R. D., Gunarsih, T., & Aryanti, T. (2014). Pengaruh pengetahuan, kepedulian dan sikap pada lingkungan terhadap minat pembelian produk hijau. *Media Trend*, 9(2).
- Cahya, Y., Putra, P., Dian, A. :, & Nugroho, A. (2018). The Influence Of Personal Attitude, Subjective Norm And Perceived Behavioral Control On Entrepreneurial Intention (A Study On Students Of Management Department, Faculty Of Economic And Business, Brawijaya University).
- Jannah, A., Toiba, H., & Andriatmoko, N. (2019). Niat Adopsi Petani Dalam Menggunakan Teknologi Combine Harvester. *Habitat*, 30(2), 71–78. <https://doi.org/10.21776/Ub.Habitat.2019.030.2.9>
- Lestari, Y. (2018). Penanaman Nilai Peduli Lingkungan Dalam Pembelajaran Ilmu Pengetahuan Alam. *Jurnal Pendidikan Ke-Sd-An*, 4(2), 332–337.
- Qodriyanti, A., Yarza, H. N., Irdalisa, I., Elvianasti, M., & Ritonga, R. F. (2022). Analisis Sikap Peduli Lingkungan Siswa Di Salah Satu Man Pada Materi Pelestarian Lingkungan. *Jurnal Eksakta Pendidikan (Jep)*, 6(1), 111–116. <https://doi.org/10.24036/Jep/Vol6-Iss1/643>
- Ristianawati Dwi Utami, Tri Gunarsih, & Triana Aryanti. (2014). Pengaruh Pengetahuan Lingkungan, Kepedulian Dan Sikap Pada Lingkungan Terhadap Minat Pada Pembelian Produk Hijau. *Media Trend*, 9(2), 151–161.
- Stia Rini, A., Putu Gde Sukaatmadja, I., & Gst Ayu Kt Giantari, I. (2017). Pengaruh Pengetahuan Lingkungan Dan Kepedulian Lingkungan Terhadap Sikap Dan Niat

Pengaruh Attitude Towards Environmental, Subjective Norms, dan Perceived Behavioral Control Terhadap Green Product Adoption Dengan Green Product Adoption Intention Sebagai Variabel Mediasi

Beli Produk Hijau “The Body Shop” Di Kota Denpasar. *Bisnis Universitas Udayana*, 6, 137–166.

Suryani, L. (2017). Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Dan Kontrol Perilaku Persepsian Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Daerah D.I Yogyakarta Dengan Niat Mematuhi Pajak Sebagai Variabel Pemoderasi. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 82–95.

Winangsih, R. (2018). Analisis Sistem Sosial Terhadap Adopsi Inovasi Kelestarian Lingkungan. *Prosiding Seminar Nasional Prodi Ilmu Pemerintahan 2018*, 155–172.