



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**PENGARUH *GREEN PRODUCT KNOWLEDGE*
DAN *PERCEIVED CONSUMER EFFECTIVENESS*
TERHADAP *GREEN PURCHASE INTENTION* TAS BELANJA
RAMAH LINGKUNGAN BERBAHAN SPUNBOND**

**(Studi Kasus Konsumen Indomaret di Kecamatan Cakung Kota
Jakarta Timur)**



**Skripsi yang Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

2026



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRAK

NUR NABILA SABRINA. Pengaruh *Green Product Knowledge* dan *Perceived Consumer Effectiveness* terhadap *Green Purchase Intention* Tas Belanja Ramah Lingkungan Berbahan Spunbond (Studi Kasus Konsumen Indomaret di Kecamatan Cakung Jakarta Timur).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *green product knowledge* dan *perceived consumer effectiveness* terhadap *green purchase intention* tas belanja ramah lingkungan berbahan spunbond pada konsumen Indomaret di Kecamatan Cakung, Jakarta Timur. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada tingginya jumlah sampah plastik di Jakarta Timur serta upaya pengurangan penggunaan kantong plastik sekali pakai melalui penggunaan tas belanja ramah lingkungan. Penelitian ini mengacu pada teori perilaku konsumen yang menjelaskan bahwa pengetahuan, persepsi, dan keyakinan konsumen dapat memengaruhi niat serta keputusan pembelian suatu produk. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 385 responden menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan *Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 25 dengan metode analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *green product knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *green purchase intention* dengan nilai signifikansi sebesar 0,013 ($<0,05$). *Perceived consumer effectiveness* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *green purchase intention*. Secara simultan, *green product knowledge* dan *perceived consumer effectiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *green purchase intention*. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,382 menunjukkan bahwa kedua variabel independen mampu menjelaskan sebesar 38,2% variasi *green purchase intention*, sedangkan sisanya sebesar 61,8% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *perceived consumer effectiveness* memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan *green product knowledge* terhadap *green purchase intention*. Oleh karena itu, perusahaan ritel perlu meningkatkan edukasi mengenai produk ramah lingkungan serta memperkuat keyakinan konsumen bahwa tindakan pembelian yang mereka lakukan dapat memberikan kontribusi positif terhadap pelestarian lingkungan.

Kata Kunci: *Green Product Knowledge, Perceived Consumer Effectiveness, Green Purchase Intention, Tas Belanja Ramah Lingkungan, Spunbond.*



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

NUR NABILA SABRINA. *The Influence of Green Product Knowledge and Perceived Consumer Effectiveness on Green Purchase Intention of Spunbond Eco-Friendly Shopping Bags (A Case Study of Indomaret Consumers in Cakung District, East Jakarta).*

This study aims to analyze the influence of green product knowledge and perceived consumer effectiveness on the green purchase intention of eco-friendly shopping bags made from spunbond among Indomaret consumers in Cakung District, East Jakarta. The background of this study is based on the high volume of plastic waste in East Jakarta and ongoing efforts to reduce the use of single-use plastic bags through the adoption of eco-friendly shopping bags. This study is grounded in Consumer Behavior Theory, which explains that consumers' knowledge, perceptions, and beliefs can influence their purchase intentions and decisions. A quantitative approach was employed, and data were collected through questionnaires distributed to 385 respondents selected using a purposive sampling technique. Data were analyzed using the Statistical Package for Social Science (SPSS) version 25 and multiple linear regression analysis. The results indicate that green product knowledge has a positive and significant effect on green purchase intention, with a significance value of 0.013 (<0.05). Perceived consumer effectiveness also has a positive and significant effect on green purchase intention. Simultaneously, green product knowledge and perceived consumer effectiveness have a positive and significant effect on green purchase intention. The coefficient of determination (R^2) value of 0.382 indicates that the two independent variables explain 38.2% of the variance in green purchase intention, while the remaining 61.8% is explained by other variables outside the scope of this study. The findings also reveal that perceived consumer effectiveness has a more dominant influence on green purchase intention than green product knowledge. Therefore, retail companies should enhance consumer education regarding environmentally friendly products and strengthen consumers' belief that their purchasing decisions can contribute positively to environmental sustainability.

Keywords: Green Product Knowledge, Perceived Consumer Effectiveness, Green Purchase Intention, Eco Friendly Shopping Bags, Spunbond.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	13
1.1 Latar Belakang	13
1.2 Identifikasi Masalah	20
1.3 Rumusan Masalah	21
1.4 Tujuan Penelitian	21
1.5 Manfaat Penelitian	22
BAB II LANDASAN TEORI	23
2.1 Kerangka Teoritik	23
2.1.1 Perilaku Konsumen	23
2.1.2 <i>Green product knowledge</i>	26
2.1.3 <i>Perceived consumer effectiveness</i>	28
2.1.4 <i>Green purchase intention</i>	29
2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3 Deskripsi Konseptual	35
2.4 Perumusan Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN	37



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	37
3.1.1 Waktu Penelitian	37
3.1.2 Tempat Penelitian	37
3.2 Kerangka Penelitian	38
3.3 Metode Penelitian	39
3.4 Populasi dan Sampling	40
3.5 Jenis dan Sumber Data	42
3.6 Teknik Pengumpulan Data	42
3.7 Instrumen Penelitian	44
3.8 Teknik Analisis Data	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Hasil Rekapitulasi Data	54
4.1.1 Hasil Penyebaran Kuesioner	54
4.1.2 Hasil Uji Instrumen	55
4.1.3 Hasil Karakteristik Responden	59
4.1.4 Hasil Rekapitulasi Kuesioner	61
4.2 Hasil Analisis Data	70
4.2.1 Analisis Uji Asumsi Klasik	70
4.2.2 Analisis Uji Hipotesis	76
4.3 Pembahasan	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	90



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jenis Sampah di Jakarta Timur	14
Gambar 1. 2 Kebijakan tentang Penggunaan Kantong Ramah Lingkungan	15
Gambar 1. 3 Produk Ramah Lingkungan Favorit Masyarakat Indonesia	16
Gambar 1. 4 Tas Belanja Spunbond Indomaret.....	17
Gambar 1. 5 Jumlah Penduduk di Kecamatan-Kecamatan Jakarta Timur	17
Gambar 2. 1 Deskripsi Konseptual	35
Gambar 3. 1 Kerangka Penelitian	38
Gambar 4. 1 Grafik Histogram Uji Normalitas	72
Gambar 4. 2 P-Plot Uji Normalitas	72
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot.....	75



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Jurnal Penelitian Relevan	31
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian	37
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran Penelitian	43
Tabel 3. 3 Operasional Variabel	44
Tabel 4. 1 Hasil Penyebaran Kuesioner.....	54
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Variabel (X1).....	56
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Variabel (X2).....	56
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Variabel (Y).....	57
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reabilitas.....	58
Tabel 4. 6 Karakteristik Usia Responden	60
Tabel 4. 7 Karakteristik Pekerjaan Responden.....	60
Tabel 4. 8 Karakteristik Domisili Responden	61
Tabel 4. 9 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel X1	62
Tabel 4. 10 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel X2	65
Tabel 4. 11 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Y	68
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas.....	71
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas	73
Tabel 4. 14 Hasil Uji Metode Glesjer	75
Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	77
Tabel 4. 16 Hasil Uji Parsial T	78
Tabel 4. 17 Hasil Uji F	79
Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	80



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Permasalahan sampah saat ini menjadi salah satu isu lingkungan yang dihadapi oleh Indonesia. Berdasarkan data Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN), timbunan sampah di Indonesia pada tahun 2025 mencapai 24,80 juta ton. Komposisi sampah tersebut didominasi oleh sampah sisa makanan sebesar 39,6%, sedangkan sampah plastik menempati urutan kedua dengan persentase sebesar 20,04%. Tingginya proporsi sampah plastik tersebut menunjukkan bahwa plastik masih menjadi permasalahan serius dalam pengelolaan sampah di Indonesia, mengingat sifatnya yang sulit terurai dan berpotensi menimbulkan pencemaran lingkungan dalam jangka panjang. Kondisi ini mengindikasikan bahwa Indonesia masih menghadapi situasi darurat sampah plastik yang memerlukan perhatian dan penanganan secara berkelanjutan.

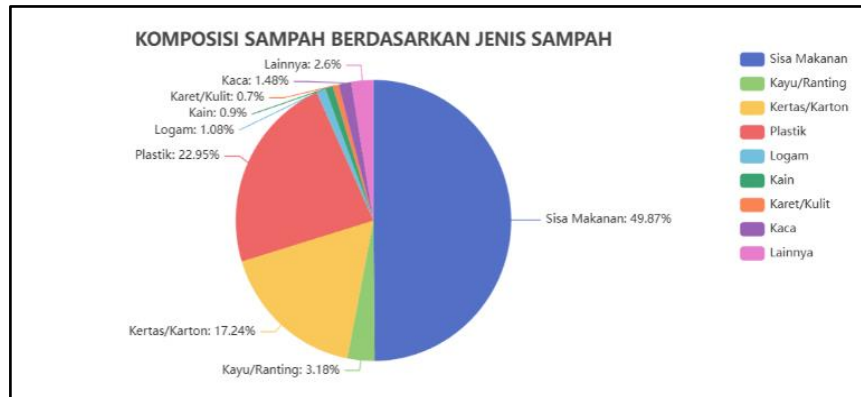
Berdasarkan data Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) tahun 2025, Kota Administrasi Jakarta Timur tercatat sebagai wilayah dengan timbunan sampah tertinggi di Provinsi DKI Jakarta. Tingginya timbunan sampah tersebut mencerminkan besarnya tekanan lingkungan yang dihasilkan dari aktivitas konsumsi masyarakat perkotaan sebesar 866,563 ton per tahun. Selain besarnya timbunan sampah, penting untuk meninjau jenis sampah yang dihasilkan guna memahami sumber permasalahan secara lebih spesifik. Angka ini tidak hanya menggambarkan tingginya intensitas aktivitas ekonomi dan kepadatan penduduk, tetapi juga menunjukkan adanya pola konsumsi yang cenderung menghasilkan limbah dalam jumlah besar serta belum sepenuhnya diimbangi dengan sistem pengelolaan yang optimal. Kondisi tersebut menjadi indikator penting bahwa permasalahan sampah di Jakarta Timur bukan sekadar persoalan kuantitas, melainkan juga berkaitan dengan perilaku konsumsi masyarakat.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 1. 1 Jenis Sampah di Jakarta Timur

Sumber: SIPSN, 2025

Berdasarkan gambar 1.1 merupakan data yang diambil dari laporan Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) sampah plastik menempati urutan kedua sebagai jenis sampah terbanyak setelah sisa makanan, dengan persentase mencapai sekitar 22,95%. Tingginya proporsi sampah plastik ini menunjukkan masih dominannya penggunaan produk berbahan plastik sekali pakai dalam aktivitas sehari-hari masyarakat. Hal ini menjadi perhatian penting karena karakteristik plastik yang sulit terurai berpotensi menimbulkan dampak jangka panjang terhadap lingkungan, seperti pencemaran tanah, air, hingga ekosistem perkotaan.

Sebagai upaya mengatasi permasalahan sampah plastik di wilayah perkotaan, Pemerintah Provinsi DKI Jakarta telah menerapkan kebijakan pengurangan penggunaan kantong plastik sekali pakai melalui Peraturan Gubernur Provinsi DKI Jakarta Nomor 142 Tahun 2019 tentang Kewajiban Penggunaan Kantong Belanja Ramah Lingkungan pada Pusat Perbelanjaan, Toko Swalayan, dan Pasar Rakyat, yang berlaku efektif sejak 1 Juli 2020. Kebijakan ini melarang penyediaan kantong plastik sekali pakai dan mendorong penggunaan kantong belanja ramah lingkungan sebagai alternatif dalam aktivitas belanja. Penerapan kebijakan tersebut menjadikan ritel modern sebagai salah satu sektor yang berperan penting dalam upaya pengurangan sampah plastik, karena menjadi titik temu langsung antara kebijakan dan perilaku konsumsi masyarakat.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 1. 2 Kebijakan tentang Penggunaan Kantong Ramah Lingkungan

Sumber: Instagram @dinas_sda, 2020.

Gambar 1.2 merupakan postingan Instagram Dinas Sumber Daya Air yang memberikan informasi terkait kebijakan pemerintah Jakarta tentang kewajiban penggunaan kantong belanja ramah lingkungan. Hasil studi yang dilakukan oleh Indriani dkk., (2025) menunjukkan bahwa implementasi kebijakan kewajiban penggunaan kantong belanja ramah lingkungan di Provinsi DKI Jakarta telah memberikan dampak positif terhadap pengurangan timbunan sampah plastik. Kantong belanja ramah lingkungan, khususnya tas belanja *reusable* seperti tas spunbond yang merupakan produk alternatif untuk menggantikan penggunaan kantong plastik sekali pakai. Pemilihan tas belanja sebagai fokus kajian ini juga didukung oleh data Christi (2024) yang menempatkan produk dengan kemasan ramah sebagai jenis produk ramah lingkungan yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia dibandingkan jenis produk hijau lainnya. lebih lanjut, keberhasilan kebijakan ini juga sangat dipengaruhi oleh konsistensi perilaku masyarakat dalam menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Meskipun kesadaran akan pentingnya penggunaan kantong belanja ramah lingkungan mulai meningkat, masih terdapat kecenderungan sebagian masyarakat untuk kembali menggunakan plastik sekali pakai karena faktor kepraktisan dan kebiasaan. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan perilaku tidak dapat terjadi secara instan, melainkan membutuhkan proses adaptasi yang didukung oleh edukasi berkelanjutan serta penguatan norma sosial di lingkungan masyarakat.

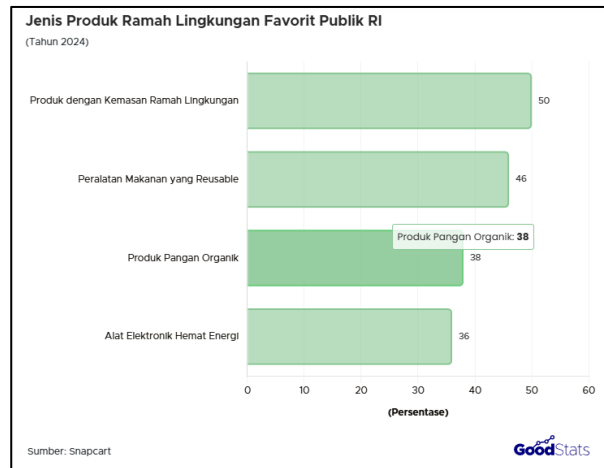
Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 1. 3 Produk Ramah Lingkungan Favorit Masyarakat Indonesia

Sumber: GoodStats, 2024

Gambar 1.3 menunjukkan kemasan ramah lingkungan memiliki tingkat akseptansi dan relevansi yang sangat tinggi dalam kehidupan sehari-hari. Meskipun kebijakan pengurangan penggunaan kantong plastik telah diterapkan, pembentukan niat beli konsumen terhadap produk alternatif ramah lingkungan tetap menjadi aspek penting dalam mendukung keberlanjutan kebijakan tersebut karena penerapannya belum sepenuhnya diikuti oleh perubahan perilaku masyarakat dalam praktik belanja sehari-hari. Masalah ini mengindikasikan bahwa keberadaan kebijakan dan ketersediaan produk ramah lingkungan belum sepenuhnya mampu mendorong perubahan perilaku konsumen. Fenomena tersebut menjadi menarik untuk dikaji lebih lanjut, khususnya dari perspektif perilaku konsumen.

Ritel modern terbesar di Indonesia yaitu Indomaret, turut merespons kebijakan pengurangan penggunaan kantong plastik sekali pakai dengan menyediakan kantong belanja ramah lingkungan berbahan spunbond yang dikenakan biaya sebagai alternatif bagi konsumen. Langkah ini tidak hanya mencerminkan kepatuhan terhadap regulasi pemerintah, tetapi juga menunjukkan komitmen sektor ritel dalam mendukung upaya pelestarian lingkungan melalui pengurangan limbah plastik. Dengan jangkauan gerai yang luas dan interaksi yang tinggi dengan masyarakat, peran Indomaret menjadi sangat strategis dalam mengedukasi konsumen serta mempercepat adopsi kebiasaan belanja yang lebih berkelanjutan.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 1. 4 Tas Belanja Spunbond Indomaret

Sumber: Klik Indomaret, 2026.

Gambar 1.4 merupakan tas spunbond yang dijadikan tas alternatif pengganti kantong plastik. Tas spunbond muncul sebagai solusi alternatif yang relatif ramah lingkungan. Tas spunbond terbuat dari bahan *polipropilen nonwoven* yang memiliki beberapa keunggulan dibandingkan kantong plastik konvensional, tas ini mudah didaur ulang dan menghasilkan emisi karbon hingga 60% lebih rendah dibandingkan dengan kantong sekali pakai menurut Green Product Institute dalam Utami (2026). Indomaret sebagai ritel dengan tingkat kunjungan yang tinggi dan bersifat *convenience store*, Indomaret menjadi tempat belanja rutin masyarakat, sehingga perilaku konsumen di Indomaret mencerminkan keputusan pembelian yang bersifat spontan dan sehari-hari. Selain itu, memiliki peran strategis dalam mendorong perubahan perilaku konsumsi, khususnya dalam penggunaan kantong belanja ramah lingkungan.

Kecamatan	Penduduk (Jiwa)
Pasar Rebo	235.825
Ciracas	319.395
Cipayung	306.337
Makasar	221.047
Kramat Jati	316.949
Jatinegara	318.382
Duren Sawit	444.264
Cakung	582.666
Pulogadung	296.845
Matraman	182.809

Gambar 1. 5 Jumlah Penduduk di Kecamatan-Kecamatan Jakarta Timur

Sumber: Kota Administrasi Jakarta Timur, 2025

Gambar 1.5 merupakan kondisi ini berimplikasi pada meningkatnya interaksi masyarakat dengan ritel modern dalam aktivitas konsumsi sehari-hari. Kecamatan Cakung merupakan salah satu kecamatan dengan jumlah penduduk terbesar di Kota

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Administrasi Jakarta Timur serta dikenal sebagai kawasan dengan aktivitas ekonomi dan logistik yang cukup tinggi. Keberadaan kawasan industri, pergudangan, dan pusat aktivitas pekerjaan menjadikan Kecamatan Cakung memiliki mobilitas masyarakat dan intensitas aktivitas belanja yang relatif tinggi. Berdasarkan data PPID Kota Administrasi Jakarta Timur tahun 2023, Kecamatan Cakung memiliki sebanyak 85 gerai Indomaret, yang menunjukkan tingginya intensitas aktivitas belanja masyarakat di ritel modern pada wilayah tersebut. Keberadaan gerai Indomaret yang tersebar luas menjadikan konsumen dihadapkan pada pilihan penggunaan kantong belanja ramah lingkungan yang disediakan oleh ritel dalam setiap aktivitas belanja. Keputusan konsumen untuk memilih tas spunbond dibandingkan membawa kantong sendiri atau tidak menggunakan kantong sama sekali seringkali dipicu oleh tingkat pemahaman mereka terhadap produk tersebut.

Dalam upaya mengurangi penggunaan kantong plastik sekali pakai, pemahaman masyarakat terhadap produk alternatif yang lebih ramah lingkungan menjadi faktor yang penting dalam keputusan penggunaan kantong plastik ramah lingkungan. Aly & Al-Salfiti (2025) menunjukkan bahwa pengetahuan lingkungan bertindak sebagai faktor krusial yang memperkuat dampak nilai fungsional, sosial, dan emosional terhadap perilaku konsumsi hijau. Oleh karena itu, pengetahuan lingkungan memiliki keterkaitan erat dalam membentuk nilai fungsional, nilai sosial, dan nilai emosional pada diri konsumen. *Green product knowledge* mencerminkan sejauh mana konsumen mengetahui karakteristik, manfaat, serta dampak lingkungan dari produk ramah lingkungan. Konsumen dengan *green product knowledge* yang baik cenderung memiliki persepsi positif terhadap produk ramah lingkungan. Namun, hasil penelitian terdahulu menunjukkan temuan yang belum konsisten. Penelitian oleh Tri dkk., (2025) menemukan bahwa *green product knowledge* tidak berpengaruh signifikan terhadap *green purchase intention*, yang mengindikasikan bahwa pengetahuan saja belum cukup untuk mendorong niat beli produk ramah lingkungan secara langsung. Sebaliknya, penelitian lain yang dilakukan oleh M. K. Sari dkk., (2025) menunjukkan bahwa *green product knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *green purchase intention*, di mana konsumen yang memahami manfaat lingkungan suatu produk



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

cenderung lebih terdorong untuk membelinya. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh *green product knowledge* terhadap *green purchase intention* masih bergantung pada konteks dan karakteristik konsumen, kondisi ini menunjukkan bahwa faktor pengetahuan perlu dikaji lebih lanjut bersama faktor psikologis lain seperti *perceived consumer effectiveness*.

Perceived consumer effectiveness (PCE) juga berperan penting dalam membentuk niat beli produk ramah lingkungan. PCE mencerminkan keyakinan konsumen bahwa tindakan individu yang dilakukan, seperti memilih produk ramah lingkungan, dapat memberikan dampak nyata terhadap perbaikan kondisi lingkungan. Menurut Aly & Al-Salfiti (2025) niat beli produk hijau diperkuat ketika konsumen merasakan nilai emosional yaitu perasaan moral bahwa mereka telah melakukan hal yang benar bagi bumi. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan temuan yang beragam terkait pengaruh PCE terhadap *purchase intention*. Penelitian yang dilakukan oleh Anisa & Jadmiko (2023) menemukan bahwa *perceived consumer effectiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *green purchase intention*, yang menunjukkan bahwa konsumen yang meyakini kontribusinya terhadap lingkungan cenderung memiliki niat lebih besar untuk membeli produk ramah lingkungan. Namun, penelitian lain yang dilakukan oleh Maria (2024) menemukan bahwa *perceived consumer effectiveness* tidak berpengaruh signifikan terhadap *green purchase intention*, sehingga mengindikasikan bahwa keyakinan konsumen terhadap efektivitas tindakan pribadi belum tentu secara langsung mendorong niat beli. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa peran PCE dalam memengaruhi *green purchase intention* produk ramah lingkungan masih perlu dikaji lebih lanjut, khususnya pada konsumen Indomaret yang memakai tas spunbond yang telah diperjual belikan di wilayah perkotaan seperti Kota Jakarta Timur tepatnya Kecamatan Cakung.

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan, penulis memiliki ketertarikan untuk melakukan kajian lebih mendalam dengan mengangkat topik *Pengaruh Green product knowledge dan Perceived consumer effectiveness Terhadap Green purchase intention Tas Belanja Ramah Lingkungan Berbahan Spunbound (Studi Kasus Konsumen*

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Indomaret di Kecamatan Cakung Kota Jakarta Timur). Penelitian ini menggunakan variabel X mengenai *green product knowledge* dan *perceived consumer effectiveness*, sedangkan *green purchase intention* sebagai variabel Y dengan objek konsumen Indomaret dengan rentang usia produktif yang aktif melakukan aktivitas belanja sehari-hari. Penelitian ini dibatasi pada kajian perilaku konsumen, khususnya pada pengaruh *green product knowledge* dan *perceived consumer effectiveness* terhadap *green purchase intention* tas belanja ramah lingkungan berbahan spunbond di Indomaret. Penelitian ini tidak mengkaji efektivitas kebijakan pemerintah, tidak mengukur pengurangan sampah plastik secara langsung, serta tidak membahas aspek operasional maupun kinerja perusahaan ritel. *Green purchase intention* dalam penelitian ini dimaknai sebagai kemauan, kemungkinan, dan niat sadar seorang konsumen untuk memilih serta membeli tas belanja ramah lingkungan yaitu spunbond di Indomaret sebagai bentuk komitmen pribadi untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Tingginya timbunan sampah plastik di Kota Jakarta Timur menunjukkan bahwa penggunaan plastik sekali pakai termasuk kantong plastik masih relatif tinggi meskipun telah tersedia alternatif kantong belanja ramah lingkungan dan sudah ada kebijakan dari pemerintah.
- b. *Green product knowledge* konsumen mengenai kantong belanja ramah lingkungan masih beragam, khususnya dalam pemahaman terkait manfaat lingkungan dan keunggulan penggunaan ulang produk tersebut.
- c. *Perceived consumer effectiveness* konsumen masih belum optimal, di mana sebagian konsumen belum sepenuhnya meyakini bahwa tindakan individu yang dilakukan dapat memberikan dampak nyata dalam upaya pengurangan sampah plastik.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- d. *Green purchase intention* konsumen terhadap penggunaan kantong belanja ramah lingkungan di Kota Jakarta Timur belum terbentuk secara optimal, sehingga penggunaan kantong plastik masih cenderung menjadi pilihan dalam aktivitas belanja sehari-hari.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah di atas, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

- Apakah *green product knowledge* berpengaruh terhadap *green purchase intention* tas belanja ramah lingkungan pada konsumen Indomaret di Kecamatan Cakung Kota Jakarta Timur?
- Apakah *perceived consumer effectiveness* berpengaruh terhadap *green purchase intention* tas belanja ramah lingkungan pada konsumen Indomaret di Kecamatan Cakung Kota Jakarta Timur?
- Apakah *green product knowledge* dan *perceived consumer effectiveness* berpengaruh secara simultan terhadap *green purchase intention* tas belanja ramah lingkungan pada konsumen Indomaret di Kecamatan Cakung, Kota Jakarta Timur?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

- Untuk mengetahui pengaruh *green product knowledge* terhadap *green purchase intention* tas belanja ramah lingkungan pada konsumen Indomaret di Kecamatan Cakung Kota Jakarta Timur.
- Untuk mengetahui pengaruh *perceived consumer effectiveness* terhadap *green purchase intention* tas belanja ramah lingkungan pada konsumen Indomaret di Kecamatan Cakung Kota Jakarta Timur.
- Untuk mengetahui pengaruh *green product knowledge* dan *perceived consumer effectiveness* secara simultan terhadap *green purchase intention* tas belanja ramah lingkungan pada konsumen Indomaret di Kecamatan Cakung, Kota Jakarta Timur.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah manfaat secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

a. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan di bidang Administrasi Bisnis, khususnya dalam kajian perilaku konsumen dan pemasaran produk ramah lingkungan. Selain itu, penelitian ini dapat memperkaya referensi akademik mengenai pengaruh *green product knowledge* dan *perceived consumer effectiveness* terhadap *green purchase intention*, serta menjadi dasar atau rujukan bagi penelitian selanjutnya yang ingin membahas topik serupa terkait produk ramah lingkungan, khususnya pada kategori kantong belanja ramah lingkungan.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pelaku usaha, pemerintah, dan pihak terkait sebagai bahan pertimbangan dalam merancang strategi edukasi, sosialisasi, serta pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan minat beli terhadap kantong belanja ramah lingkungan. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat membantu dalam upaya mengurangi penggunaan kantong plastik dan menekan timbunan sampah plastik sekali pakai, sehingga dapat mendukung terciptanya perilaku konsumsi yang lebih berkelanjutan di masyarakat, khususnya pada konsumen Indomaret di Kecamatan Cakung Kota Jakarta Timur.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *green product knowledge* dan *perceived consumer effectiveness* terhadap *green purchase intention* tas belanja ramah lingkungan berbahan spunbond pada konsumen Indomaret di Kecamatan Cakung, Kota Jakarta Timur, maka dapat disimpulkan bahwa.

- a. *Green product knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *green purchase intention* tas belanja ramah lingkungan berbahan spunbond pada konsumen Indomaret di Kecamatan Cakung, Kota Jakarta Timur. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pengetahuan konsumen mengenai karakteristik, manfaat, serta penggunaan tas belanja ramah lingkungan berbahan spunbond, maka semakin tinggi pula niat konsumen untuk membeli dan menggunakan produk tersebut.
- b. *Perceived consumer effectiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *green purchase intention* tas belanja ramah lingkungan berbahan spunbond pada konsumen indomaret di kecamatan cakung, Kota Jakarta Timur. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi keyakinan konsumen bahwa tindakan individu yang dilakukan dapat memberikan dampak positif terhadap lingkungan, maka semakin tinggi pula niat konsumen untuk membeli dan menggunakan tas belanja ramah lingkungan berbahan spunbond.
- c. *Green product knowledge* dan *perceived consumer effectiveness* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *green purchase intention* tas belanja ramah lingkungan berbahan spunbond pada konsumen indomaret di kecamatan cakung, kota jakarta timur. Hasil ini menunjukkan bahwa kombinasi antara pengetahuan konsumen mengenai produk ramah lingkungan dan keyakinan konsumen terhadap efektivitas tindakan pribadi dalam menjaga lingkungan mampu meningkatkan niat pembelian tas belanja ramah lingkungan berbahan



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

spunbond secara lebih optimal. Dengan demikian, seluruh hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *green product knowledge* dan *perceived consumer effectiveness* terhadap *green purchase intention* tas belanja ramah lingkungan berbahan spunbond pada konsumen Indomaret di Kecamatan Cakung, Kota Jakarta Timur, penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak-pihak terkait maupun penelitian selanjutnya, yaitu sebagai berikut:

- a. Indomaret disarankan untuk meningkatkan edukasi dan sosialisasi mengenai manfaat tas belanja ramah lingkungan berbahan spunbond melalui media promosi di dalam toko maupun media digital, agar upaya tersebut diharapkan dapat dilihat oleh kalangan luas serta meningkatkan pengetahuan konsumen mengenai produk ramah lingkungan sehingga mendorong meningkatnya *green purchase intention*.
- b. Konsumen diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan mengenai produk ramah lingkungan serta lebih menyadari bahwa tindakan individu seperti menggunakan tas belanja ramah lingkungan berbahan spunbond, dapat memberikan kontribusi dalam mengurangi pencemaran lingkungan, dengan meningkatnya kesadaran tersebut, diharapkan niat dan perilaku pembelian produk ramah lingkungan dapat terus meningkat.
- c. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel lain yang dapat memengaruhi *green purchase intention*, seperti *green trust*, *environmental concern*, *green perceived value*, *green lifestyle*, atau *green advertising*. Selain itu, penelitian dapat dilakukan pada objek dan wilayah yang berbeda sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi niat pembelian.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, M. A., Arshad, A., ul Haq, M. A., & Akram, B. (2020). Role of environmentalism in the development of green purchase intentions: A moderating role of green product knowledge. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 15(7), 1101–1111. <https://doi.org/10.18280/IJSDP.150714>
- Alfarisi, A. H., Syofian, & Puspita, V. (2024). Pengaruh Green Product Knowledge, Green Packaging Dan Perceived Price Terhadap Green Purchase Intention Konsumen Amdk Merek Mas (Studi Konsumen Pada PT. Sembilan Pilar Utama Bengkulu di Kota Bengkulu). *Jurnal Otomoni*, 24, 202.
- Aly, A. S., & Al-Salfiti, A. (2025). Linking Consumption Values to Green Purchase Intention: Evidence from Emerging Economies. *Sustainability (Switzerland)*, 17(22). <https://doi.org/10.3390/su172210109>
- Amirullah. (2021). *Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran*. Indomedia Pustaka.
- Anisa, S. M., & Jadmiko, P. (2023). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Green Purchase Intention. *Istithmar : Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, 6(1), 69–83. <https://doi.org/10.30762/istithmar.v6i1.33>
- Arias, C., & Trujillo, C. A. (2020). Perceived consumer effectiveness as a trigger of behavioral spillover effects: A path towards recycling. *Sustainability (Switzerland)*, 12(11). <https://doi.org/10.3390/su12114348>
- Arikunto, S. (2021). *Dasar Dasar Evaluasi Pendidikan Edisi 3*. Bumi Aksara. <https://doi.org/https://books.google.co.id/books?id=j5EmEAAQBAJ&lpg=PR4&hl=id&pg=PR4#v=onepage&q&f=false>
- Christi, T. V. (2024). Apa Jenis Produk Ramah Lingkungan Favorit Publik RI? GoodStats. <https://data.goodstats.id/statistic/apa-jenis-produk-ramah-lingkungan-favorit-publik-ri-6iU6A>
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen Sikap & Pemasaran*. Deepublish.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hans, D., & Doran, R. (2019). Perceived Consumer Effectiveness. In A. M. and B. L. and Ö. P. G. and W. T. Leal Filho Walter and Azul (Ed.), *Responsible*

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Consumption and Production (pp. 1–10). Springer International Publishing.
https://doi.org/10.1007/978-3-319-71062-4_33-1

Harahap, M. G., Ditra, Y., Lisa, K., Catherine, J., Hasanah, P., Eko, R., Nurdin, F., Siddiqa, H., Annas, M., Rose, K., Dahlia, R., Anggraini, T., Atus, H., Alima, S., Erni, S., Meliana, J., Heru, M., & Chakim, R. (2024). *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik* (M. R. Kurnia, Ed.). PT Sada Kurnia Pustaka.

Indriani, F. M., Lestari, M. P., & Maryono, M. (2025). Efektivitas Kebijakan Penggunaan Kantong Belanja Ramah Lingkungan terhadap Pengurangan Timbulan Sampah Plastik di Provinsi Jakarta : Kajian Literatur. *Jurnal Kesehatan Komunitas (Journal of Community Health)*, 11(3), 546–556.
<https://doi.org/10.25311/keskom.vol11.iss3.2257>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management (Pearson International Edition)* (13th, Berilustrasi ed.). Pearson Prentice Hall.

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.

Lavuri, R., Chiappetta Jabbour, C. J., Grebinevych, O., & Roubaud, D. (2022). Green factors stimulating the purchase intention of innovative luxury organic beauty products: Implications for sustainable development. *Journal of Environmental Management*, 301, 113899.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2021.113899>

Magfiroh, N. N., & Vania, A. (2024). We Trust in Green Product: The Impact of Green Marketing and Packaging on Purchase Intention. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(6). <https://doi.org/DOI:1047467/elmal.v5i6.2085>

Maria, A. D. V. W. (2024). Niat Beli Produk Hijau dan Faktor-Faktoryang Mempengaruhinya di Indonesia. *MODUS*, 36(1), 94–113.

Nurdin, A. S. N., & Ratnasari, I. (2024). Pengaruh Green Lifestyle, Green Product Knowledge dan Green Advertising Terhadap Green Purchase Intention Motor Listrik Merek Volta Pada Masyarakat Di Kabupaten Karawang. *Journal Of Social Science Research*, 4.

Prameswari, A., Atika, & Harahap, M. I. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Green Product (Studi Kasus Pada Produk Love Beauty and Planetdi kota Medan). *Jurnal Edunomika*, 08.

Sari, D. T. W., Purnamasari, F., & Verawati, H. (2025). The Effect of Green Product Knowledge and perceived Price on Green Purchase Intention of Purchasing Hybrid Type Motor Vehicles in Islamic Economic Perspective (Study on Hybrid



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Type Motor Vehicle Users in Bandar Lampung City). *Inovasi Pembangunan Jurnal Kelitbangan*, 13. <https://doi.org/https://doi.org/10.35450/jip.v13i01.864>

Sari, M. K., Triyono, & Budi, R. R. (2025). Analisis Pengaruh Green Perceived Risk, Green Perceived Value, dan Green Product Knowledge terhadap Green Purchase Intention pada Kendaraan Listrik (Studi: Masyarakat Jawa Tengah). *Jurnal Setrikom*.

Setyabudi, A. W., & Adialita, T. (2020). Konsumen AMDK Merek Aqua dengan Botol 100% Recycled. *Jurnal Administrasi Bisnis*. <https://doi.org/https://doi.org/10.26593/jab.v16i2.4261.174-184>

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif R&D*. Alpha Beta. www.cvalfabeta.com

Tri, D., Sari, W., Purnamasari, F., & Verawati, H. (2025). *The Effect Of Green Product Knowledge And Perceived Price On Green Purchase Intention Of Purchasing Hybrid Type Motor Vehicles In Islamic Economic Perspective (Study On Hybrid Type Motor Vehicle Users In Bandar Lampung City)*. <http://journalbalitbangdalampong.org>

Utami, N. N. (2026). Pengaruh Kesadaran Lingkungan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas Spunbond Pada Konsumen Di Kota Solo Raya. *Indonesian Journal of Economics, Management, and Accounting*, Vol. 3.

Zhuang, W., Luo, X., & Riaz, M. (2021). On the Factors Influencing Green Purchase Intention: A Meta-Analysis Approach. *Frontiers in Psychology*, 12, 644020. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.644020>

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA