

[Home](#) / [Archives](#) / Vol. 34 No. 1 (2026): JURNAL KAJIAN BISNIS

Vol. 34 No. 1 (2026): JURNAL KAJIAN BISNIS

DOI: <https://doi.org/10.32477/jbxs8n88>

Published: 25-01-2026

Articles

Eksplorasi Faktor-Faktor Pendorong Online Repurchase Intention di E-Commerce

Rahma Dellarianti, Ari Setyaningrum

1-18



PENGARUH KEPEMIMPINAN, KETERLIBATAN KERJA, DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA GURU DI YAYASAN MAJELIS AT-TUROTOs AL-ISLAMy

Saifudin Zuhri, Nur Rokhman, Vetriana Agustiningrum

20-39



ANALISA PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PERSEPSI KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI ASURANSI UMUM DI INDONESIA

Ch.Dini Ika Handayani, Saifudin Zuhri, Vetriana Agustiningrum

40-49



PERAN KEUNGGULAN BERSAING DALAM MEMEDIASI PENGARUH STRATEGI DIFERENSIASI DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN START-UP DI YOGYAKARTA

Narwanto Nurcahyo, Dodi Setiawan Riatmaja, Dinda Sukmaningrum

50-64



PENGELOLAAN KONTEN DIGITAL HOTEL POPULER DAN BERPRESTASI DALAM MENCIPTAKAAN KEBERLANJUTAN DAYA SAING

Amri Amirulloh, Tri Eko Yudiandri, Apit Buchori, Fadilah Zahraa Sulistya, Ines Puspa Isfiani, Agung Sulistyo

65 – 86



Pengaruh Kepedulian Lingkungan terhadap Pilihan Konsumen dalam Mengatasi Darurat Sampah di Yogyakarta

Muhammad Mathori, Diah Retno Wulandaru, Ervina Damayanti

87-106



IMPLEMENTASI *SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS* (SDGs) DAN STRATEGI PENGELOLAAN SUMBER DAYA MANUSIA DI PT KANISIUS YOGYAKARTA

Arizona Emmanuel, Evi Rosalina Widyayanti

107-116



Sistem Pengukuran Kinerja dan Dampaknya terhadap Kinerja pada Unit Pemerintah Daerah di Indonesia

Anita Primastiwi, Taufan Adi Kurniawan, Sri Kiswati

117-131



PENGARUH DISIPLIN KERJA & KOMPENSASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI UP45 DENGAN KOMITMEN PEGAWAI SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*

Hartanti Widayani, Nur Widiastuti

132-146



Make a Submission

INFORMATION

For Readers

For Authors

For Librarians

EDITORIAL POLICIES

Publication Ethic

Editorial Team

Reviewer

Focus and Scope

Author Guidelines

Peer Review Process

Publication Frequency

Publication fee

Plagiarism Checker

Copyright Notice

Open Access Policy

Ethical Statement

Publisher

ARTICLE TEMPLATE



ISSN

eISSN 2622-173X



pISSN 0854-4530



TOOLS

zotero



INDEXING LIST



ACCREDITED SINTA 4



SK Akreditasi Sertifikat

Support By



VISITORS



JURNAL KAJIAN BISNIS

Jl. Lowanu Sorosutan UH VI / 20, Sorosutan, Kota Yogyakarta, DIY 55162

Email: kajianbisnis@stieww.ac.id

JKB is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](#)

Platform &
workflow by
OJS / PKP

Pengaruh Kepedulian Lingkungan terhadap Pilihan Konsumen dalam Mengatasi Darurat Sampah di Yogyakarta

Muhammad Mathori¹; Diah Retno Wulandaru²; Ervina Damayanti³

STIE Widya Wiwaha,^{1,3}; FEB UGM²

muhammadmathori@stieww.ac.id; diahrw@ugm.ac.id; ervinadma123@gmail.com

Abstract

This study examines the influence of environmental concern on consumer choice in overcoming waste problems in Yogyakarta, with knowledge of waste management as a mediating variable. Using a quantitative approach and the SEM-PLS model, data were collected from 309 student respondents. The results show that environmental concern has a positive and significant effect on the choice of environmentally friendly products. Knowledge of waste management also strengthens this relationship as a mediator, supporting the Stimulus-Organism-Response (SOR) theoretical framework. The findings underscore the importance of increasing public knowledge and awareness related to waste management to encourage sustainable behavior. This study recommends the development of educational programs and campaigns that focus on emotional aspects and environmental knowledge. However, limitations such as limited sampling and non-random sampling should be considered for further research so that the results are more representative and in-depth in understanding the factors that influence sustainable consumption behavior in the area. **Keywords:** *Environmental Awareness, Waste Processing Knowledge, Choice of Environmentally Friendly Product Containers, SOR.*

Abstrak

Penelitian ini mengkaji pengaruh kepedulian lingkungan terhadap pilihan konsumen dalam mengatasi masalah sampah di Yogyakarta, dengan pengetahuan pengelolaan sampah sebagai variabel mediasi. Menggunakan pendekatan kuantitatif dan model SEM-PLS, data dikumpulkan dari 309 responden mahasiswa. Hasil menunjukkan bahwa kepedulian lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pilihan produk ramah lingkungan. Pengetahuan pengelolaan sampah turut memperkuat hubungan ini sebagai mediator, mendukung kerangka teori Stimulus-Organism-Response (SOR). Temuan menegaskan pentingnya meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat terkait pengelolaan sampah untuk mendorong perilaku berkelanjutan. Penelitian ini merekomendasikan pengembangan program edukasi dan kampanye yang fokus pada aspek emosional dan pengetahuan lingkungan. Meski demikian, keterbatasan seperti sampel terbatas dan pengambilan sampel tidak acak harus diperhatikan untuk penelitian selanjutnya agar hasil lebih representatif dan mendalam dalam memahami faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi berkelanjutan di daerah tersebut.

Kata Kunci: *Kepedulian Lingkungan, Pengetahuan Pengolahan Sampah, Pilihan Konsuen Produk Ramah Lingkungan, SOR.*

PENDAHULUAN

Yogyakarta, sebagai salah satu destinasi pariwisata terkemuka di Indonesia, menghadapi masalah serius terkait pengelolaan sampah. Berdasarkan data dari Dinas Lingkungan Hidup Kota Yogyakarta (2022) dan Rahmawati & Iskandar (2023), volume sampah di Yogyakarta mencapai lebih dari 1.000 ton per hari, dengan persentase sampah plastik yang terus meningkat. Hal ini tidak hanya menciptakan pemandangan yang tidak sedap, namun juga berdampak pada kesehatan

masyarakat dan lingkungan. Seiring berkembangnya kesadaran akan pentingnya perlindungan lingkungan, kepedulian masyarakat terhadap masalah ini harus ditingkatkan untuk menciptakan solusi yang efektif (Frontal, 2015; Gifford & Nilsson, 2014).

Kepedulian lingkungan diartikan sebagai kesadaran individu atau kelompok tentang isu lingkungan serta keinginan untuk mengambil tindakan dalam menghadapi masalah tersebut (Rahma, 2022; Steg & Vlek, 2019; Kollmuss, & Agyeman, 2021). Salah satu bentuk tindakan yang dapat diambil adalah pemilihan produk dan layanan ramah lingkungan yang dapat mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Penelitian oleh Wijaya & Santosa, (2023); Brekke & Nyborg, (2020); Kumar & Singh, (2021); McDonald & Oates, (2019), menunjukkan bahwa konsumen yang memiliki tingkat kepedulian lingkungan yang tinggi cenderung memilih produk yang lebih berkelanjutan.

Namun, meskipun ada kesadaran yang meningkat, masih banyak konsumen yang menggunakan produk sekali pakai atau tidak ramah lingkungan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini menunjukkan adanya gap antara kepedulian lingkungan dan tindakan nyata yang dilakukan oleh konsumen (Carrington, Neville & Whitwell, 2019; Chatzidakis, Hibbert & Smith, 2020; Garrone, Melacini, & Penco, 2022). Seperti yang dijelaskan oleh Nugroho, (2022); Thøgersen & Crompton, (2022); Rosa & De Gregorio, (2022); Kollmuss & Agyeman (2022), "Terdapat keterbatasan dalam tindakan individu meskipun kesadaran akan isu lingkungan semakin meningkat." Ini mengindikasikan perlunya penelitian lebih lanjut untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi pilihan konsumen dalam konteks lingkungan, terutama di kota-kota yang menghadapi krisis sampah seperti Yogyakarta.

Salah satu cara untuk meningkatkan kepedulian lingkungan adalah dengan memberikan edukasi mengenai pengelolaan sampah yang efektif. Menurut Supriyadi, (2022); González-Torre & Adenso-Díaz, (2022); Zhang & Zhang, (2022); Liu & Yang, (2022), pengetahuan tentang manajemen sampah, termasuk praktik daur ulang dan pengurangan sampah, dapat meningkatkan kesadaran dan motivasi konsumen untuk berperilaku lebih ramah lingkungan. Di sinilah pentingnya peran informasi dan edukasi dalam mendorong perubahan perilaku. Dalam konteks ini, variabel pengetahuan dapat berfungsi sebagai mediator yang menghubungkan kepedulian lingkungan dengan pilihan konsumsi.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan pola positif antara kepedulian lingkungan dan perilaku konsumen. Misalnya, penelitian oleh Setiawan, Iskandar & Sari, (2023); Kumar & Singh, (2023); Chow & Wong, (2022) menunjukkan bahwa tingkat kepedulian lingkungan yang tinggi berkontribusi pada keputusan untuk membeli produk ramah lingkungan. Namun, di Yogyakarta, konteks budaya dan tingginya tingkat pariwisata memberikan tantangan tersendiri. Perilaku konsumen dapat dipengaruhi oleh norma sosial, iklan, dan akses terhadap informasi tentang produk ramah lingkungan (Yulianto, 2022; Wang & Chen, 2023; Smith & Brown, 2023; Gonzalez & Lee, 2023).

Ketika konsumen memiliki pengetahuan yang memadai tentang cara pengelolaan sampah yang baik, mereka lebih cenderung untuk membuat pilihan yang berkelanjutan. Sebagaimana diungkapkan oleh Azwar, (2023); Thompson, Moore & Saal, (2021); Dahl & McCormick, (2023), "Edukasikan masyarakat tentang pentingnya pengurangan penggunaan plastik untuk mengatasi krisis sampah yang semakin parah." Edukasi yang baik dapat menciptakan hubungan yang lebih kuat antara kepedulian lingkungan dan tindakan nyata dalam mengatasi masalah sampah di Yogyakarta (Susanti & Rahmadani, 2021; Wati, & Yuniar, 2023).

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini, konsumen Yogyakarta menunjukkan walaupun terdapat peningkatan kesadaran akan isu-isu lingkungan, terutama di kalangan masyarakat yang peduli lingkungan, masih banyak yang menggunakan produk sekali pakai. Hal ini menunjukan adanya gap antara kepedulian lingkungan dan tindakan nyata.

Oleh karena itu, penting untuk melakukan penelitian yang mengkaji pengaruh kepedulian lingkungan terhadap pilihan konsumen dalam mengatasi masalah sampah, serta bagaimana pengetahuan tentang pengelolaan sampah dapat memediasi hubungan ini. Penelitian ini tidak hanya akan memberikan wawasan tentang perilaku konsumen, tetapi juga memberikan rekomendasi bagi pihak berwenang dan pelaku bisnis dalam merancang strategi dan program yang lebih efektif untuk menangani krisis sampah.

KERANGKA TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori SOR (Stimulus-Organism-Response)

Teori SOR (Stimulus-Organism-Response) merupakan kerangka konsep yang digunakan untuk menjelaskan proses bagaimana stimuli dari lingkungan mempengaruhi organisme (individu atau konsumen) dan menghasilkan suatu respons tertentu. Dalam konteks perilaku manusia dan khususnya perilaku konsumen, teori ini memetakan hubungan antara faktor eksternal (stimulus), keadaan internal (organisme), dan tindakan akhir (respons) yang dilakukan.

Menurut Mehrabian dan Russell (1974), Teori SOR menjelaskan bahwa stimulus (S) adalah faktor eksternal yang memicu reaksi internal dalam organisme, yang kemudian menghasilkan respon (R). Dalam studi perilaku konsumen, stimulus dapat berupa atribut produk, campaign iklan, maupun lingkungan fisik, sedangkan organisme mencakup persepsi, emosi, dan sikap yang mempengaruhi bagaimana individu menanggapi stimulus tersebut. Respons kemudian berupa perilaku konsumsi, pilihan produk, atau tindakan lain yang berhubungan dengan lingkungan dan keberlanjutan.

Kajian terbaru mengenai SOR Theory memperluas penggunaannya di bidang perilaku ekologis dan keberlanjutan. Misalnya, dalam penelitian oleh Han et al. (2022), kerangka SOR digunakan untuk memahami bagaimana iklan informatif sebagai stimulus dapat meningkatkan kesadaran lingkungan internal dan mendorong perilaku ramah lingkungan pada konsumen muda. Mereka menyatakan bahwa "pengaruh stimulus yang efektif dapat memicu emosi positif dan persepsi manfaat, sehingga meningkatkan kemungkinan perilaku berkelanjutan".

Selain itu, dalam konteks pengelolaan sampah dan budaya ramah lingkungan, teori ini memberi kerangka analisis yang kuat untuk mengkaji bagaimana stimulus edukasi dan awareness memengaruhi kondisi internal seperti persepsi dan sikap, yang kemudian berujung pada perubahan perilaku nyata. Sebagaimana disusun dalam studi oleh Zhang et al. (2023), dapat disimpulkan bahwa "Integrasi stimulus berupa informasi edukatif dan pengalaman pengguna dapat secara signifikan memengaruhi keadaan organisme internal dan mendorong respons positif dalam perilaku berkelanjutan".

Secara ilmiah, Teori SOR terbukti relevan dan adaptable untuk berbagai studi yang memuat faktor eksternal dan internal dalam membentuk tindakan individu terhadap isu lingkungan dan sosial. Keunggulan utama teori ini adalah kemampuannya dalam memetakan jalur hubungan sebab-akibat dari stimulus yang kompleks menuju respons yang diinginkan dalam konteks perilaku manusia dan masyarakat.

Pengaruh Kepedulian Lingkungan Pada Pengetahuan tentang Mengolah Sampah

Kepedulian lingkungan merupakan salah satu variabel penting yang memengaruhi perilaku dan pengetahuan individu terkait pengelolaan sampah. Menurut Teori Aksi Berbasis Ekologi dan Perilaku Berkelanjutan, tingkat kepedulian terhadap isu lingkungan secara signifikan mendorong individu untuk mencari dan mempraktikkan pengetahuan yang relevan dalam pengelolaan sampah secara benar (Chen & Lee, 2023).

Secara psikologis, rasa peduli atau keprihatinan terhadap kondisi lingkungan berfungsi sebagai motivator internal yang memperkuat dorongan untuk memperoleh pengetahuan dan keterampilan terkait pelestarian lingkungan, termasuk pengelolaan sampah (Kurniawan & Wijaya, 2023). Konsep teori pembelajaran sosial juga menyatakan bahwa individu yang menunjukkan tingkat kepedulian tinggi akan lebih cenderung aktif dalam mencari informasi dan belajar mengenai praktik pengelolaan sampah yang efektif (Lestari & Rahmawati, 2023).

Selain itu, berdasarkan Model Determinan Perilaku Berkelanjutan (Sustainable Behavior Determinants Model), kepedulian lingkungan merupakan salah satu faktor antecedent yang meningkatkan peluang untuk memperoleh pengetahuan praktis dan teoretis mengenai pengelolaan sampah yang ramah lingkungan (Harjadi & Saputra, 2023).

Secara empiris, studi terbaru menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara tingkat kepedulian lingkungan dengan pengetahuan About pengelolaan sampah. Penelitian oleh Sari dan Hidayat (2023) yang menggunakan data dari masyarakat perkotaan di Indonesia menemukan bahwa "konsumen yang memiliki tingkat kepedulian lingkungan yang tinggi cenderung memiliki pengetahuan yang lebih baik tentang metode pengelolaan sampah, seperti daur ulang, pengurangan sampah, dan pemilahan sampah organik dan anorganik" [Sari & Hidayat, 2023].

Selain itu, studi oleh Putri dan Aryani (2023) menegaskan bahwa "kepedulian terhadap isu lingkungan dapat memotivasi individu untuk mengikuti pelatihan dan edukasi tentang pengelolaan sampah secara formal maupun informal, sehingga meningkatkan tingkat pengetahuan mereka" (Putri & Aryani, 2023).

Penelitian empiris dari Kusumawati et al. (2023) bahkan menemukan bahwa "variabel kepedulian lingkungan berpengaruh signifikan terhadap pengetahuan tentang pengelolaan sampah, dengan koefisien pengaruh positif sebesar 0,45 ($p < 0,05$)" (Kusumawati et al., 2023), menunjukkan adanya pengaruh yang cukup kuat dan konsisten.

Berdasarkan kajian teori dan empiris diatas, dapat rumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Kepedulian lingkungan berpengaruh positif terhadap pengetahuan tentang mengolah sampah.

Pengaruh Kepedulian Lingkungan Pada Pilihan Konsumen dalam Memilih Produk Ramah Lingkungan

Kepedulian lingkungan merupakan faktor psikologis yang penting dalam memotivasi perilaku konsumen terhadap pilihan produk ramah lingkungan (green products). Menurut teori perilaku berkelanjutan, sikap dan kepercayaan terhadap isu lingkungan berperan sebagai antecedent utama dari keputusan konsumsi yang berorientasi keberlanjutan (Chen & Li, 2023).

Lebih jauh, Model Integratif Nature–Behavior–Attitude menyatakan bahwa kekhawatiran dan perhatian terhadap lingkungan (kepedulian) akan mempengaruhi pembentukan sikap positif terhadap produk-produk yang ramah lingkungan, yang pada akhirnya memengaruhi niat dan perilaku pembelian (Wahyuni & Setiawan, 2023). Kepedulian ini juga terkait erat dengan konsep *pro-environmental behavior* yang menyatakan bahwa individu yang memiliki tingkat keprihatinan tinggi terhadap isu lingkungan cenderung memilih produk yang membantu mengurangi dampak negatif terhadap alam (Prakoso & Nugroho, 2023).

Selain itu, teori *Theory of Planned Behavior* menyebutkan bahwa sikap terhadap perilaku dan niat yang terbentuk dipengaruhi oleh keyakinan dan kepercayaan pribadi. Kepedulian lingkungan meningkatkan keyakinan bahwa memilih produk ramah lingkungan memberikan manfaat positif bagi lingkungan dan diri sendiri, sehingga memotivasi konsumen untuk berperilaku sesuai keyakinan tersebut (Harsono & Ananda, 2023).

Secara empiris, studi terbaru menguatkan hubungan positif antara tingkat kepedulian lingkungan dan pilihan konsumen terhadap produk ramah lingkungan. Sari et al. (2023) menemukan bahwa “Konsumen yang menunjukkan tingkat kepedulian tinggi terhadap isu lingkungan lebih cenderung memilih produk berlabel hijau, organik, dan ramah lingkungan dalam berbelanja sehari-hari” (Sari, Wulandari & Handayani, 2023).

Penelitian lain oleh Dewi dan Ramadhani (2023) menegaskan bahwa “kepedulian terhadap keberlanjutan lingkungan secara signifikan memengaruhi preferensi konsumen terhadap produk yang memiliki fitur ramah lingkungan dan label keberlanjutan” (Dewi & Ramadhani, 2023). Hasil studi ini menunjukkan bahwa tingkat kepedulian berpengaruh langsung terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk yang ramah lingkungan.

Selain itu, studi kuantitatif oleh Putri dan Kurniawan (2023) juga menunjukkan bahwa “konsumen yang lebih peduli lingkungan memiliki kecenderungan lebih tinggi untuk menilai risiko ekologis dan keberlanjutan produk sebagai faktor utama dalam pengambilan keputusan pembelian” (Putri & Kurniawan, 2023). Koefisien pengaruh kepedulian lingkungan terhadap pilihan produk ramah lingkungan sebesar 0,509 ($p < 0,01$), menegaskan hubungan yang relevan dan signifikan.

Berdasarkan kajian teori dan empiris tersebut, hipotesis yang dapat dikembangkan adalah:

H2: Kepedulian lingkungan berpengaruh positif terhadap pilihan konsumen dalam memilih produk ramah lingkungan.

Pengaruh Pengetahuan Tentang Pengolahan Sampah Terhadap Pilihan Konsumen Dalam Memilih Produk Ramah Lingkungan.

Menurut teori perilaku konsumen, pengetahuan adalah salah satu faktor yang memengaruhi sikap dan keputusan konsumen dalam membeli produk (Ajzen, 1995). Pengetahuan yang memadai tentang pengelolaan sampah dan keberlanjutan dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya konsumsi berkelanjutan dan memotivasi pelaku untuk memilih produk yang ramah lingkungan. Pengetahuan tidak hanya membentuk sikap tetapi juga mengurangi ketidakpastian dalam pengambilan keputusan (Hansen & Hansen, 2023).

Dalam kerangka TPB, pengetahuan mempengaruhi niat dan perilaku melalui konstruksi sikap dan kontrol perilaku persepsi. Jika konsumen memiliki informasi yang cukup tentang pengelolaan sampah dan dampaknya, mereka cenderung memiliki sikap positif terhadap produk ramah lingkungan dan merasakan kemampuan untuk melakukan tindakan tersebut (Arain et al., 2024).

Menurut teori SOR, pengetahuan sebagai salah satu stimulus dapat memengaruhi keadaan internal (organism) berupa sikap dan motivasi yang kemudian memicu respons berupa perilaku konsumsi produk ramah lingkungan (Hochreiter et al., 2023).

Penelitian oleh Wang et al. (2023) menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan tentang pengelolaan sampah yang tinggi secara signifikan meningkatkan niat membeli produk ramah lingkungan di kota-kota besar di Tiongkok. Mereka menemukan bahwa pengetahuan berperan sebagai mediator utama yang memperkuat hubungan antara kesadaran lingkungan dan tindakan konsumsi berkelanjutan.

Penelitian terbaru oleh Kim & Lee (2023) di Korea Selatan mengungkapkan bahwa konsumen dengan tingkat pengetahuan yang lebih tinggi tentang pengelolaan sampah dan keberlanjutan lebih cenderung memilih produk yang memiliki label ramah lingkungan. Mereka menyebutkan bahwa edukasi dan informasi yang disediakan menjadi kunci dalam meningkatkan preferensi terhadap produk hijau.

Studi oleh Hernández & García (2023) menemukan bahwa pengetahuan tentang pengelolaan sampah memoderasi hubungan antara kepedulian lingkungan dan perilaku konsumsi. Mereka menyarankan bahwa tanpa pengetahuan yang memadai, kepedulian saja tidak cukup mendorong perilaku ramah lingkungan secara konsisten.

Berdasarkan teori dan temuan empiris tersebut, dapat disusun hipotesis utama sebagai berikut:

H3: Pengetahuan tentang pengelolaan sampah memiliki pengaruh positif terhadap pilihan konsumen dalam memilih produk ramah lingkungan.

Pengaruh Kepedulian Lingkungan Pada Pilihan Konsumen dalam Memilih Produk Ramah Lingkungan, dengan Pengetahuan Mengolah Sampah sebagai Variabel Mediasi.

Kepedulian lingkungan merupakan variabel yang menunjukkan tingkat perhatian dan keprihatinan individu terhadap masalah lingkungan dan keberlanjutan. Menurut Schwartz (2019), kepedulian ini berpengaruh positif terhadap perilaku lingkungan, termasuk dalam memilih produk yang lebih ramah lingkungan. Semakin tinggi kepedulian terhadap isu lingkungan, maka motivasi untuk melakukan tindakan konservasi dan mendukung produk hijau akan meningkat (Hansen & Liu, 2023).

Penelitian menunjukkan bahwa kepedulian lingkungan secara langsung dapat meningkatkan kecenderungan konsumen dalam memilih produk ramah lingkungan, karena mereka merasa bertanggung jawab dan memiliki motivasi moral untuk berkontribusi terhadap keberlanjutan (Kim & Choi, 2023). Hal ini sejalan dengan teori nilai dan sikap, di mana nilai-nilai ekologis memengaruhi sikap dan keikutsertaan konsumen dalam perilaku berkelanjutan.

Pengetahuan tentang pengelolaan sampah dan keberlanjutan merupakan faktor kunci dalam memperkuat perilaku ramah lingkungan. Menurut Lee et al. (2023), pengetahuan berperan sebagai modulator yang memungkinkan konsumen memahami dampak dari tindakan mereka dan memperkuat niat untuk memilih produk ramah lingkungan.

Model mediasi menjelaskan bahwa variabel pengetahuan dapat menjembatani hubungan antara kepedulian lingkungan dan pilihan produk ramah lingkungan. Nelson & Zhang (2023) menyatakan bahwa pengetahuan yang memadai akan memperkuat hubungan antara kepedulian dan perilaku nyata, karena individu yang peduli tetapi kurang pengetahuan cenderung tidak berperilaku secara konsisten.

Berdasarkan landasan tersebut, dapat disusun kerangka teoretis bahwa kepedulian lingkungan (X) memengaruhi pilihan produk ramah lingkungan (Y), dan pengaruh ini dimediasi oleh pengetahuan tentang pengelolaan sampah (Z). Model ini sesuai dengan teori Stimulus-Organism-Response (SOR), di mana kepedulian sebagai stimulus akan bekerja melalui pengetahuan sebagai mediator untuk mengarahkan perilaku konsumen.

Penelitian Qian et al. (2023) di sektor retail menunjukkan bahwa tingkat kepedulian lingkungan secara signifikan memprediksi preferensi terhadap produk ramah lingkungan. Hasilnya menunjukkan bahwa semakin tinggi kepedulian, semakin besar kecenderungan memilih produk hijau, terutama dalam konteks pandemi COVID-19 yang meningkatkan kesadaran ekologis.

Studi oleh Nur & Pratiwi (2023) di Indonesia menampilkan bahwa pengetahuan tentang pengelolaan sampah secara positif memediasi hubungan antara kepedulian lingkungan dan keputusan untuk membeli produk berlabel ekologis. Mereka menekankan bahwa edukasi dan awareness merupakan kunci dalam memperkuat komitmen ekologis masyarakat.

Penelitian di Korea Selatan oleh Kim & Lee (2023) mengidentifikasi bahwa peningkatan pengetahuan melalui kampanye edukasi meningkatkan kemungkinan konsumen memilih produk

yang berlabel keberlanjutan. Mereka menyatakan bahwa pengetahuan tidak hanya meningkatkan kesadaran, tetapi juga mengurangi hambatan psikologis seperti ketidakpastian dan keraguan.

Kajian oleh Hernández & Morato (2023) mengungkapkan bahwa pengetahuan tentang pengelolaan sampah dan keberlanjutan berperan sebagai mediasi penting yang memperkuat hubungan antara kepedulian lingkungan dan perilaku nyata konsumen dalam konteks kota besar dengan tantangan besar dalam pengelolaan sampah.

Berdasarkan teori dan data empiris di atas, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4: Pengetahuan tentang pengelolaan sampah memainkan peran sebagai variabel mediasi pada pengaruh kepedulian lingkungan terhadap pilihan produk ramah lingkungan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menitikberatkan pada populasi mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), dengan jumlah responden sebanyak 327 sebelum proses pembersihan data, dan 309 setelah data dibersihkan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu pengambilan sampel secara selektif berdasarkan kriteria tertentu, seperti mahasiswa yang tinggal di DIY minimal satu semester dan memiliki pengetahuan tentang pengelolaan sampah. Pendekatan ini dipilih agar data yang diperoleh relevan dan mendalam mengenai persepsi dan perilaku terkait pengelolaan sampah dan keberlanjutan lingkungan.

Variabel dalam penelitian meliputi Pengetahuan tentang pengelolaan sampah (WPK), Kepedulian lingkungan (EC), dan Pilihan produk ramah lingkungan (CCEFP). Variabel-variabel ini diukur menggunakan skala Likert dengan rentang skor 1–5, dan nilai skor untuk masing-masing variabel dihitung berdasarkan rumus rentang skor untuk interpretasi hasil.

Alat analisis utama yang digunakan adalah Structural Equation Modeling (SEM) dengan pendekatan Partial Least Squares (PLS) melalui perangkat lunak SmartPLS versi 3.2.9. Metode ini dipilih karena kemampuannya menangani model yang kompleks dan data yang tidak memenuhi asumsi normalitas. Uji validitas dilakukan melalui validitas konvergen menggunakan indikator outer loading, dengan batasan $> 0,7$, dan AVE $> 0,5$, dan uji Validitas Diskriminan dengan Fornell Larcker Criterion, Cross Loading, HTMT. Sementara reliabilitas diuji melalui composite reliability dan cronbach's alpha untuk memastikan konsistensi alat ukur dan responden (Hair et al., 2019). Teknik ini sesuai standar pengujian validitas dan reliabilitas instrumen dalam penelitian kuantitatif dan model PLS.

ABALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan *Google Form*. Teknik pengumpulan data dengan *purposive sampling*, dalam penelitian ini memungkinkan peneliti menjangkau responden secara selektif dan relevan, khususnya kelompok mahasiswa yang tinggal di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Tabel 1 Rincian Hasil Penyebaran Kuesioner Penelitian

Keterangan	Jumlah
Kuesioner terisi	327
Data Kuesioner yang dibuang setelah <i>cleaning</i>	18
Data kuesioner yang diolah	309

Sumber: Hasil olah data primer tahun 2025

Data kuisioner yang terkumpul sebanyak 327 responden, namun setelah dilakukan proses pembersihan data (*data cleaning*), seperti mengeliminasi respon tidak lengkap, maka jumlah data yang layak untuk dianalisis berjumlah 309 responden. Proses pembersihan ini penting untuk menjamin validitas internal penelitian dan memastikan bahwa setiap respon mencerminkan karakteristik populasi yang diteliti secara akurat.

Sesuai dengan desain penelitian berbasis kuantitatif, data yang terkumpul dikodekan dan dianalisis menggunakan pendekatan SEM-PLS. SmartPLS versi 3.2.9, digunakan untuk mendukung validasi model struktural dan pengukuran, karena kemampuannya dalam menangani model kompleks serta tidak mensyaratkan normalitas data (Hair *et al.*, 2019).

Profil Responden

Berdasarkan responden yang terkumpul, responden yang berjenis kelamin Laki-laki sebanyak 47,3% dan perempuan sebanyak 62,7%. Jumlah responden berdasarkan asal perguruan tinggi, sebanyak 15,2% berasal dari PTN (Perguruan Tinggi Negri), dan 84,8% responden berasal dari PTS (Perguruan Tinggi Swasta). Sedangkan responden berdasarkan usia, mayoritas (79,1%) responden berusia 19 tahun-21 tahun, 13,8% berusia kurang dari 19 tahun, dan sisanya lebih dari usia 21 tahun.

Diskripsi Penilaian Responden Berdasarkan Variabel-Variabel Penelitian

Bagian ini dijelaskan variabel secara umum yaitu penilaian responden terhadap variabel-variabel penilaian yang terdiri dari 3 konstruk atau variable laten, yaitu: Pengetahuan tentang pengelolaan sampah (WPK), kepedulian lingkungan (EC), pilihan produk ramah lingkungan (CCEFP). Nilai diskripsi variable penelitian ditunjukkan melalui nilai rerata (*means*) untuk masing-masing variable. Penelitian ini menggunakan interval dengan skala likert, yaitu satu (1) untuk skor terendah dan lima (5) untuk skor tertinggi. Kategorisasi dibuat berdasarkan perhitungan pada rumus berikut (Lind *et al.*, 1988).

$$\text{Rentang Skor} = \frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Jumlah Alternatif Jawaban}}$$

Hasil perhitungan yang dijadikan dasar kriteria penilaian diskripsi sebagai mana pada table 1. berikut:

Tabel 1: Rentang Skala

No	Kategori Skor	Norma
1	Sangat Baik	4,21 - 5,00
2	Baik	3,41 - 4,20
3	Netral	2,61 - 3,40
5	Tidak Baik	1,81 - 2,60
6	Sangat Tidak Baik	1,00 - 1,80

Sumber: Data primer yang diolah

Hasil penilaian responden terhadap variabel penelitian menurut hasil olah data dengan SEM SmartPLS 3.2.9 diperoleh hasil sebagai berikut, sebagaimana pada table 2.

Tabel 2: Nilia rata-rata masing-masing variabel

Variabel	Rerata Variabel	Kesimpulan
Kepedulian Lingkungan (EC)	4,17	Baik
Pengetahuan tentang pengelolaan sampah (WPK)	3,94	Baik
Pilihan produk ramah lingkungan (CCEFP)	3,94	Baik

Suber: Data primer yang diolah 2025

Uji Reliabilitas dan Validitas

Sebuah konsep dan model penelitian tidak dapat diuji dalam suatu model prediksi hubungan relasional dan kausal jika belum melewati tahap purifikasi dalam model pengukuran. Model pengukuran sendiri digunakan untuk menguji validitas kosntruk dan reliabilitas instrument.

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kemampuan instrument penelitian mengukur apa yang seharusnya diukur (Cooper dan Schindler, 2006). Sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi alat ukur dalam mengukur suatu konsep atau dapat juga digunakan untuk mengukur konsistensi responden dalam menjawab aitem pertanyaan dalam kuesioner atau instrument penelitian.

Uji Validitas Konvergen

Validitas konvergen berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. Validitas konvergen terjadi jika skor yang diperoleh dari dua instrument yang berbeda yang mengukur konstruk yang sama mempunyai korelasi tinggi (Hartono, 2008). Uji validitas konvergen dalam PLS dengan indikator reflektif dinilai berdasarkan *loading factor* (korelasi antara skor item/skor komponen dengan skor konstruk) (Jogiyanto dan Abdilah, 2016). *The rule of thumb* yang digunakan dalam validitas konvergen adalah *outer loading* > 0,7, *communality* > 0,5 dan *average variance extracted* >0,5 (Chin, 1995).

Berdasarkan hasil olah data dengan Smart PLS 3.2.9 menunjukkan hasil *Outer loading* (*loading factor*) seperti pada tabel 3 dibawah ini.

Tabel 3: Outer Loading tahap 1

	CCEFP	EC	WPK
CCEFP1	0,747		
CCEFP2	0,814		
CCEFP3	0,794		
CCEFP4	0,821		
CCEFP5	0,839		
CCEFP6	0,818		
CCEFP7	0,83		
EC1		0,693	
EC2		0,667	
EC3		0,814	
EC4		0,786	
EC5		0,703	
EC6		0,782	
EC7		0,805	
WPK1			0,745
WPK2			0,818
WPK3			0,655

	CCEFP	EC	WPK
WPK4			0,773
WPK5			0,587
WPK6			0,732
WPK7			0,73

Sumber: Data Primer Yang Diolah 2025

Nilai Outer Loading pada tabel 3 diatas, masih terdapat indikator yang mempunyai nilai kurang dari 0,70, nilai tersebut belum memenuhi persyaratan validitas konvergen. maka perlu dilakukan pengolahan Kembali dengan menghilangkan beberapa indikator.

Pada pengolahan tahap kedua, untuk uji validitas konvergen, baik untuk Nilai Cross Loading dan Nilai AVE, hal ini dapat dilihat pada table 4 dibawah. Pada tahap ini dilakukan dengan menghilangkan indikator CCEFP4, EC1, EC2, WPKP2, WPKP4, dan WPKP5.

Tabel 4: Outer Loading tahap 2 dan AVE

	CCEFP	EC	WPK	AVE	
CCEFP1	0,785			CCEFP	0,685
CCEFP2	0,852				
CCEFP3	0,835				
CCEFP5	0,815				
CCEFP7	0,849				
EC3		0,812		EC	0,635
EC4		0,807			
EC5		0,743			
EC6		0,795			
EC7		0,825			
WPK1			0,813	WPK	0,57
WPK3			0,7		
WPK6			0,724		
WPK7			0,777		

Sumber: Data Primer Yang Diolah 2025

DISKRIMINAN VALIDITY

Validitas diskriminan berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi tinggi. Validitas diskriminan terjadi jika dua instrument yang berbeda yang mengukur dua konstruk yang diprediksi tidak berkorelasi menghasilkan skor yang memang tidak berkorelasi (Hartono, 2008). Uji validitas diskriminan dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstruknya. *The rule of thumb* yang digunakan dalam validitas diskriminan adalah akar AVE > korelasi variable laten dan *cross loading* > 0.7 (Chin, 1998), serta nilai variable pada HTMT, kurang dari 0,90.

Dari hasil oleh data dapat dilihat untuk nilai *discriminant validity* masing-masing variabel laten dan hasil *cross loading* dan HTMT dapat dilihat pada tabel 5, 6, dan 7 dibawah.

Tabel 5: Fornell Larcker Criterion

	CCEFP	EC	WPK
CCEFP	0,828		
EC	0,681	0,797	

WPK	0,683	0,703	0,755
-----	-------	-------	-------

Sumber: Data Primer Yang Diolah 2025

Tabel 6: Nilai Cross Loading

	CCEFP	EC	WPK
CCEFP1	0,785	0,464	0,493
CCEFP2	0,852	0,531	0,541
CCEFP3	0,835	0,566	0,584
CCEFP5	0,815	0,652	0,581
CCEFP7	0,849	0,58	0,612
EC3	0,529	0,812	0,57
EC4	0,487	0,807	0,535
EC5	0,544	0,743	0,565
EC6	0,605	0,795	0,585
EC7	0,536	0,825	0,538
WPK1	0,518	0,57	0,813
WPK3	0,427	0,389	0,7
WPK6	0,506	0,664	0,724
WPK7	0,596	0,454	0,777

Sumber: Data Primer Yang Diolah 2025

Tabel 6: Nilai HTMT

	CCEFP	EC
CCEFP		
EC	0,772	
WPK	0,828	0,855

Sumber: Data Primer Yang Diolah 2025

Dari table 4, 5, dan 6 telah memenuhi ketentuan validitas diskriminan. Sehingga untuk validitas konvergen dan validitas diskriminan telah terpenuhi.

UJI RELIABILITY

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi internal alat ukur. Reliabilitas menunjukkan akurasi, konsistensi dan ketepatan alat ukur dalam melakukan pengukuran (Hartono, 2008). Uji reliabilitas dalam PLS dapat menggunakan dua metode, yaitu *Cronbach's alpha* dan *Composite reliability*.

Cronbach's alpha mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu konstruk, sedangkan Composite reliability mengukur nilai sesungguhnya reliabilitas suatu konstruk (Chin dan Gopal, 1995). Rule of thumb nilai *alpha* atau *composite reliability* harus lebih besar dari 0.7, meskipun nilai 0.6 masih dapat diterima (Hair et al, 2006). Pada dasarnya uji konsistensi internal tidak mutlak dilakukan jika validitas konstruk telah terpenuhi, karena konstruk yang valid adalah konstruk yang reliabel, sebaliknya konstruk yang reliabel belum tentu valid (Cooper dan Schindler, 2006).

Dari table 7 dibawah menunjukkan bahwa nilai Cronbach's alpha atau *composite reliability* lebih besar dari 0.7, artinya semua variabel laten adalah reliabel yang bermakna pengukuran

masing-masing variable laten menunjukkan akurasi, konsistensi dan tepat digunakan sebagai alat ukur.

Tabel 7: Nialai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
CCEFP	0,885	0,916
EC	0,856	0,897
WPK	0,75	0,841

Sunber: Data Primer Yang Diolah 2025

Hasil Uji Hiphotesis

Nilai koefisien dengan nilai estimasi digunakan untuk mengetahui arah hubungan dalam model struktural pengaruh independen terhadap variabel dependen. Besarnya pengaruh antar variabel dapat dilihat pada table 8 berikut:

Tabel 8: Nilai Uji Hiphotesis

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Keterangan
EC -> CCEFP	0,397	6,132	0	Terdukung
EC -> WPK	0,703	16,588	0	Terdukung
WPK -> CCEFP	0,404	6,229	0	Terdukung
EC -> WPK -> CCEFP	0,284	5,451	0	Terdukung

Sunber: Data Primer Yang Diolah 2025

Pada table 8 menunjukkan bahwa semua hiphotesis signifikan atau terdukung, karena nilai P value lebih kecil dari 0,05 atau t hitung melebihi t table (1,96).

Untuk mengetahui terdapat mediasi, maka dapat dilihat hubungan langsung dan tidak langsung antara variable eksogen dan variable endogennya. Jika hubungan langsung antara Kepedulian lingkungan (EC) dengan Pilihan produk ramah lingkungan (CCEFP) tidak signifikan sedangkan hubungan tidak langsung antara Kepedulian lingkungan (EC) dengan Pilihan produk ramah lingkungan (CCEFP) signifikan, maka terjadi full mediating (Mediasi penuh) (Hair, 2014). Akan tetapi jika hubungan langsung antara variable Kepedulian lingkungan (EC) dengan Pilihan produk ramah lingkungan (CCEFP) signifikan, dan hubungan tidak langsung antara Kepedulian lingkungan (EC) dengan Pilihan produk ramah lingkungan (CCEFP) signifikan, maka untuk mengetahui hubungan mediasi tersebut dalam PLS dapat dilihat nilai Variance Accounted For (VAR). Jika nilai VAR>80%, maka terjadi full mediation, jika nilai 20%≤ VAR≤ 80, jika hasil VAR <20% maka tidak terjadi mediasi (Hair, et al., 2014). Sehingga bentuk mediasi hubungan antara EC dengan CCEFP dapat dilakukan dengan menghitung nilai VAR dengan rumus sebagai berikut:

$$VAR = \frac{INDIRECT EFFECT}{INDIRECT EFFECT + DIRECT EFFECT}$$

$$\frac{0,284}{0,284 + 0,397}$$

$$VAR = \frac{0,284}{0,681} = 0,417$$

Dari hasil perhitungan tersebut diketahui nilai $VAR_{EC \rightarrow CCEFP}$ sebesar 41,7%, artinya hubungan tidak langsung antara Kepedulian lingkungan (EC) dengan Pilihan produk ramah lingkungan (CCEFP) adalah terjadi mediasi secara parsial, karena nilai VAR 41,7% berada pada nilai $20\% \leq VAR \leq 80$.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepedulian lingkungan memiliki pengaruh positif terhadap pilihan konsumen dalam memilih produk ramah lingkungan di Yogyakarta, dengan mediator berupa pengetahuan tentang pengelolaan sampah. Hasil ini sejalan dengan kerangka teori Stimulus-Organism-Response (SOR), yang menegaskan bahwa aspek stimulus seperti tingkat kepedulian lingkungan dapat memicu reaksi positif dalam bentuk perilaku ramah lingkungan melalui proses internal atau organisme, seperti peningkatan pengetahuan dan sikap positif.

Secara empiris, penelitian ini mendapati bahwa tingkat kepedulian lingkungan dalam masyarakat Yogyakarta cukup tinggi. Hal ini diperkirakan dipengaruhi oleh budaya lokal yang sangat menghargai keberlanjutan dan harmoni dengan alam, yang telah menjadi bagian dari identitas masyarakat setempat. Yogyakarta dikenal sebagai kota dengan tradisi adat, budaya Jawa yang kuat, serta masyarakat yang sangat menghormati keberlanjutan lingkungan melalui berbagai ritual dan praktek adat yang berkelanjutan. Misalnya, tradisi "Gerebeg" dan kegiatan membersihkan lingkungan desa secara rutin mengindikasikan bahwa kepedulian terhadap lingkungan sudah tertanam dalam budaya masyarakat setempat. Kondisi ini memperkuat basis psikologis yang mendukung sikap peduli terhadap lingkungan dan menjadi stimulus penting dalam perilaku berkelanjutan.

Hasil penelitian ini menguatkan temuan dari studi internasional yang menunjukkan bahwa kepedulian terhadap lingkungan bukan hanya dipengaruhi oleh faktor eksternal, tetapi juga didukung oleh konteks budaya dan norma sosial yang berakar kuat dalam masyarakat tertentu. Di banyak budaya Timur, termasuk Indonesia dan Yogyakarta, hubungan manusia dengan alam sering diartikulasikan melalui konsep "rukun" dan "gotong royong", yang mengajarkan bahwa menjaga lingkungan adalah bagian dari tanggung jawab sosial dan spiritual. Contohnya, dalam budaya Jawa, nilai-nilai seperti "tali-tunggal" dan "srawung" menekankan pentingnya gotong royong dan solidaritas dalam menjaga keberlanjutan sumber daya alam.

Hasil ini juga menunjukkan bahwa pengetahuan tentang pengelolaan sampah berperan sebagai mediator utama yang memperkuat hubungan antara kepedulian dan perilaku memilih produk ramah lingkungan. Pengetahuan yang tinggi mendorong masyarakat untuk lebih percaya diri dan aktif dalam mengambil tindakan nyata, seperti memilah sampah, mengurangi penggunaan plastik sekali pakai, dan memilih produk yang berlabel ekologis. Penelitian dari Wang et al. (2023) dan Kim & Lee (2023) menegaskan bahwa edukasi dan peningkatan pengetahuan sangat krusial dalam memperkuat perilaku berkelanjutan, termasuk dalam konteks budaya lokal yang kental dengan tradisi dan praktik adat yang mendukung pengelolaan sumber daya alam secara berkelanjutan.

Di Yogyakarta, program edukasi terkait pengelolaan sampah dan keberlanjutan lingkungan telah diintegrasikan ke dalam kegiatan masyarakat, seperti pelatihan desa adat dan kampanye di komunitas mahasiswa. Keterkaitan budaya lokal dengan pengelolaan sampah secara tradisional, misalnya, sistem "Rwongan" dan "Wedangan Sampah" memperkuat efektivitas pendidikan ini. Budaya ini menanamkan norma sosial yang mengharuskan masyarakat aktif berpartisipasi dalam kegiatan pengelolaan lingkungan, sehingga meningkatkan tingkat pengetahuan dan kesadaran kolektif.

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa pendekatan edukatif yang mempertimbangkan konteks budaya lokal sangat penting. Sebagaimana yang disarankan oleh Hernández & García (2023), tanpa pengetahuan yang memadai, kepedulian saja tidak cukup dalam mendorong perilaku konsumen yang berkelanjutan. Oleh karena itu, pengembangan program kampanye dan edukasi harus dirancang sedemikian rupa agar sesuai dengan nilai dan norma budaya masyarakat setempat. Di Yogyakarta, pengintegrasian nilai-nilai budaya dan praktik adat dalam program edukasi dapat meningkatkan resonansi pesan dan memperkuat perubahan perilaku.

Secara global, studi literatur menunjukkan bahwa budaya memiliki dampak signifikan terhadap perilaku keberlanjutan. Sebagai contoh, penelitian oleh Chen et al. (2022) dalam *Journal of Environmental Psychology* menyatakan bahwa norma budaya dan kepercayaan kolektif memainkan peran penting dalam mendorong perilaku ramah lingkungan di masyarakat tradisional maupun modern. Kemudian, studi oleh López-Mosquera et al. (2021) dalam *Sustainability* menunjukkan bahwa dalam budaya yang menghargai harmoni dengan alam, perilaku keberlanjutan lebih cepat tertanam dan dilaksanakan secara kolektif.

Hasil kajian ini menegaskan bahwa hubungan positif antara kepedulian lingkungan dan pilihan produk ramah lingkungan di Yogyakarta dipengaruhi oleh budaya lokal yang kuat dan berakar, yang memperkuat rasa tanggung jawab kolektif terhadap keberlanjutan lingkungan. Peningkatan pengetahuan melalui edukasi berbasis budaya lokal terbukti sebagai kunci utama dalam mendukung perilaku ramah lingkungan. Oleh karena itu, penelitian ini memperkuat pentingnya memperhatikan unsur budaya setempat dalam merancang intervensi keberlanjutan dan kampanye lingkungan yang efektif, sekaligus memperlihatkan bahwa upaya konservasi yang dilandasi oleh budaya lokal berpotensi menghasilkan perubahan perilaku jangka panjang dalam masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya.

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN IMPLIKASI

Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa kepedulian lingkungan memiliki pengaruh positif terhadap pilihan konsumen dalam memilih produk ramah lingkungan, dengan pengetahuan tentang pengelolaan sampah sebagai variabel mediasi. Hasil analisis menggunakan SEM-PLS versi 3.2.9. mengindikasikan bahwa responden memiliki pengetahuan yang baik tentang pengelolaan sampah dan kepedulian lingkungan yang tinggi, yang berkontribusi pada pilihan produk ramah lingkungan. Dengan demikian, penelitian ini mendukung hipotesis yang diajukan dan konsisten dengan teori Stimulus-Organism-Response (SOR).

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain ukuran sampel yang terbatas, yaitu hanya 309 responden setelah proses pembersihan data, yang mungkin tidak mencerminkan keseluruhan populasi. Selain itu, metode pengambilan sampel yang tidak acak dapat menyebabkan bias dalam hasil, sehingga generalisasi temuan perlu dilakukan dengan hati-hati. Keterbatasan lainnya adalah fokus pada pengetahuan dan kepedulian lingkungan tanpa mempertimbangkan faktor eksternal lain, seperti kebijakan pemerintah atau kondisi ekonomi, yang juga dapat mempengaruhi perilaku konsumsi. Terakhir, penelitian ini bersifat cross-sectional, sehingga tidak dapat menangkap perubahan perilaku konsumen dari waktu ke waktu.

Saran

Diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi pilihan konsumen terhadap produk ramah lingkungan, serta untuk memperluas jangkauan sampel agar hasilnya lebih representatif. Selain itu, penting untuk meningkatkan program edukasi dan kampanye kesadaran lingkungan di kalangan masyarakat, terutama di

kalangan mahasiswa, untuk mendorong perilaku konsumsi yang lebih berkelanjutan. Peneliti juga disarankan untuk menggunakan metode pengambilan sampel yang lebih acak untuk mengurangi potensi bias dalam penelitian di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis. Yogyakarta: Penerbit Andi. ISBN 978-979-29-5216-2.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Arain, G. A., Dilawar, S., Rasheed, M. I., & Shah, S. M. M. (2024). Impact of green advertisement and environmental knowledge on consumers' intention to purchase eco-friendly products. *Journal of Environmental and Public Health*, 2024, Article 1191436.
- Azwar, F. (2023). Edukasi Masyarakat dalam Pengelolaan Sampah. *Journal of Environmental Science*, 12(1), 45-56.
- Brekke, K. A., & Nyborg, K. (2020). The role of social identity in pro-environmental consumer behavior. *Journal of Consumer Policy*, 43(1), 69-87.
- Carrington, M. J., Neville, B. A., & Whitwell, G. (2019). Why ethical consumers don't walk their talk: Towards a framework for understanding the gap between ethical intention and consumer behavior. *Journal of Business Ethics*, 146(2), 263-279.
- Chatzidakis, A., Hibbert, S., & Smith, A. P. (2020). The ethics of consumer behavior: The gap between intention and action. *Journal of Business Research*, 105, 486-495.
- Chen, Y., Li, X., & Zhao, J. (2022). Cultural Norms and Collective Environmental Behavior in Traditional Communities. *Journal of Environmental Psychology*, 84, 101934.
- Chen, Y., & Kim, S. (2023). The role of waste management knowledge in promoting sustainable consumer behavior. *Journal of Cleaner Production*, 123, 456-467.
- Chen, Y., & Lee, J. (2023). Ecological Concern and Sustainable Behavior: The Mediating Role of Knowledge Acquisition. *Journal of Environmental Psychology*, 89, 102678. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2023.102678>
- Chen, Y., & Li, J. (2023). Environmental Concern and Sustainable Consumption: The Role of Attitudes and Perceived Behavioural Control. *Journal of Environmental Psychology*, 89, 102681. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2023.102681>
- Chin W.W., & Todd P.A., (1995). On the use, usefulness, and ease of use of structural equation modeling in MIS research: a note of caution. *MIS Quart.* <https://doi.org/10.2307/249690>
- Chow, W. H., & Wong, A. (2022). The nexus between environmental concern and green buying behavior: A review of the literature. *Journal of Cleaner Production*, 350, 131350.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2006). Metode Riset Bisnis. Volume 1. Jakarta. PTMedia Global Edikasi.
- Dahl, A. L., & McCormick, S. (2023). Strategies for reducing plastic usage in urban settings: The role of community education. *Journal of Urban Environmental Management*, 11(2), 103-115.
- Dewi, Y., & Ramadhani, N. (2023). The Effect of Environmental Concern on Sustainable Product Preference. *Management Science Letters*, 13(8), 565-570. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2023.1.007>
- Dinas Lingkungan Hidup Kota Yogyakarta (2022). "Laporan Tahunan Pengelolaan Sampah."
- Eso, W., & Widodo, I. (2021). The Role of Knowledge in Shaping Waste Management Behaviors: An Application of the Transactional Model. *Environmental Education Research*, 27(7), 999-1012. <https://doi.org/10.1080/13504622.2020.1775854>
- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). *Comparison of convenience sampling and purposive sampling*. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1-4.

- Firmansya, D., & Wiyadi, S. (2020). Influence of social media on purchasing decisions mediated by trust. *Journal of Business Research*, 114, 214-221.
- Frontal, E. (2015). The role of community in the environmental movement. *Environmental Politics*, 24(1), 138-158.
- Garrone, P., Melacini, M., & Penco, L. (2022). Understanding the gap between consumer attitudes and behaviors towards plastic waste. *Waste Management*, 134, 237-246.
- Gefen, D., & Straub, D. (2005). A practical guide to factorial validity using PLS-Graph: Tutorial and annotated example. *Communications of the Association for Information Systems*, 16, 91-109.
- Gifford, R., & Nilsson, A. (2014). Personal and social factors that influence pro-environmental concern and behavior: A review. *International Journal of Environmental and Science Education*, 9(3), 299-317.
- González-Torre, P., & Adenso-Díaz, B. (2022). Waste management knowledge and environmental behavior. *Journal of Cleaner Production*, 351, 131487.
- Gonzalez, M., & Lee, R. (2023). "Cultural Influence on Sustainable Consumer Behavior in Tourist Areas." *Tourism Management Perspectives*, 45, 100-112.
- Gravetter, F. J., & Wallnau, L. B. (2017). *Statistics for The Behavioral Sciences* (10th Edition). Cengage Learning.
- Greenpeace (2019). "Single-Use Plastics: A Roadmap for Sustainability.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications.
- Han, S. (2022). The Impact of Informative Advertising on Environmental Behavior Using SOR Framework. *Journal of Cleaner Production*, 350, 131455.
- Handayani, D., Wibowo, A., & Sari, R. (2022). The Impact of Community Knowledge on Waste Management Practices. *Journal of Waste Management & Research*, 40(5), 623-635. <https://doi.org/10.1177/0734242X221072913>
- Hansen, L., & Hansen, M. (2023). The role of environmental knowledge in sustainable consumer behavior. *Journal of Environmental Psychology*, 89, 101962.
- Hansen, L., & Liu, Y. (2023). Environmental awareness and sustainable behaviors: The mediating role of knowledge. *Journal of Environmental Psychology*, 89, 102421.
- Harjadi, R., & Saputra, F. (2023). Factors Determining Sustainable Waste Practices: The Role of Environmental Attitude. *Journal of Cleaner Production*, 387, 135092. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.135092>
- Harsono, R., & Ananda, P. (2023). Influences of Environmental Attitudes on Purchase Decisions of Eco-friendly Products among Millennials. *Journal of Business and Environment*, 44(1), 58-72. <https://doi.org/10.1016/j.jbe.2023.01.005>
- Hernández, G., & García, P. (2023). Knowledge and Pro-Environmental Behavior: Moderating Role of Cultural Contexts. *Resources, Conservation and Recycling*, 184, 106376.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based Structural Equation Modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135.
- Hernández, R., & García, P. (2023). Moderating effect of environmental knowledge on eco-friendly behavior. *Journal of Cleaner Production*, 385, 135-147.
- Hernández, R., & Morato, M. (2023). Environmental knowledge as a mediator of pro-environmental behavior: Evidence from urban centers. *Environmental Science & Policy*, 144, 87-96.
- Hidayat, R., Santoso, W., & Dewi, S. (2023). Factors Influencing Consumer Behavior Toward Sustainable Products. *Journal of Consumer Behavior*, 15(2), 85-97. <https://doi.org/10.1234/jcb.v15i2.5678>
- Hochreiter, V., Benedetto, C., & Loesch, M. (2023). The Stimulus-Organism-Response (S-O-R) paradigm as a guiding principle in environmental psychology: Comparison of its usage in consumer behavior and organizational culture and leadership theory. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 9(4), 7-18.

- Jogiyanto dan Abdillah, W., (2016), "Konsep dan Aplikasi PLS untuk Penelitian Empiris". Yogyakarta: BPFPE.
- Kim, J., & Gupta, S. (2012). "The Role of Environmental Concern and Sense of Place in Creating Sustainable Consumption Behavior: An Application of the SOR Model." *International Journal of Consumer Studies*, 36(3), 391-398.
- Kim, S., & Choi, H. (2023). Consumers' environmental concern and green product choice: The role of perceived behavioral control. *Sustainability*, 15(3), 1234.
- Kim, S., & Lee, H. (2023). Environmental education and consumer preferences for green products in South Korea. *Journal of Business Research*, 152, 112-123.
- Kim, S., & Lee, J. (2023). Impact of Environmental Education on Consumer Preferences for Eco-Labeled Products: Evidence from South Korea. *Journal of Cleaner Production*, 357, 131987.
- Kollmuss, A., & Agyeman, J. (2021). Environmental Behavior: A Framework for Understanding the Interrelationship between Behavior and Environment. *Environmental Education Research*, 27(4), 578-592.
- Kollmuss, A., & Agyeman, J. (2022). Mind the Gap: Why Do People Not Act on their Pro-Environmental Beliefs? *Environmental Psychology Review*, 22(1), 92-101.
- Kumar, A., & Singh, R. (2023). Environmental concern and consumer behavior: The mediating role of waste management knowledge. *Sustainability*, 15(2), 789-802.
- Kumar, V., & Singh, R. (2023). Green consumer behavior: An empirical study on the role of environmental concern in purchase decisions. *International Journal of Consumer Studies*, 47(1), 15-25.
- Kumar, V., & Singh, S. (2021). Exploring consumers' behavior towards sustainable products: A study on eco-friendly purchasing decisions. *Environmental Science and Pollution Research*, 28(15), 19182–19195.
- Kurniawan, D., & Wijaya, A. (2023). Motivasi Peduli Lingkungan dan Pengetahuan Pengelolaan Sampah: Studi Kasus Masyarakat Urban. *Indonesian Journal of Environmental Education*, 15(1), 45-60. <https://doi.org/10.1234/ijee.v15i1.5678>
- Kusuma, A., & Sukma, S. (2022). Trust and Certification in Eco-Product Purchasing During Pandemic. *Journal of Cleaner Production*, 330, 129979. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.129979>
- Kusumawati, (2023). The Impact of Environmental Concern on Knowledge of Waste Management: Evidence from Urban Indonesia. *Environmental Science and Pollution Research*, 30, 25678–25687. <https://doi.org/10.1007/s11356-023-26277-3>
- Kusumawati, T. (2021). Attitudes toward recycling and consumer behavior in waste management. *Jurnal Pengelolaan Sumberdaya Alam dan Lingkungan*, 11(2), 23-30.
- Lajante, M., & Giraud, G. (2012). "The Effect of Environmental Factors on Consumer Behavior." *Journal of Environmental Psychology*, 32(2), 197-204.
- Lee, K., & Choi, J. (2022). The impact of social norms on environmental behavior: A study of eco-friendly product choices. *Journal of Business Research*, 142, 123-134.
- Lee, M., Park, J., & Kim, D. (2023). The impact of environmental knowledge on eco-conscious consumer behavior. *Journal of Business Ethics*, 188, 157-172.
- Lestari, S., & Rahmawati, D. (2023). The Influence of Environmental Concern on Waste Management Knowledge among Urban Residents. *Sustainable Communities and Society*, 83, 103440. <https://doi.org/10.1016/j.scs.2023.103440>
- Lin, C., & Hsiao, W. (2022). Consumer Preferences for Eco-Friendly Products and Sustainability Behavior. *Sustainability*, 14(3), 1234. <https://doi.org/10.3390/su14031234>
- Lin, H., Zhang, Y., & Wang, J. (2023). Consumer awareness and preference for eco-friendly products: The impact of waste management education. *Sustainability*, 15(2), 789-802.
- Lind, E. A., & Tyler, T. R. (1988). *The social psychology of procedural justice*. Springer Science & Business Media.

- Liu, Y., & Yang, L. (2022). The impact of waste management awareness on consumer recycling behavior: A study based on the theory of planned behavior. *Environmental Science and Pollution Research*, 29(15), 22787-22798.
- López-Mosquera, N., Sánchez, M., & Vázquez, M. (2021). Cultural Values and Sustainable Practices: A Cross-Cultural Study. *Sustainability*, 13(2), 895.
- Martínez, A., & García, R. (2022). The influence of environmental knowledge on consumer behavior towards sustainable products. *Environmental Science & Policy*, 128, 45-56.
- McDonald, S., & Oates, C. J. (2019). Sustainability: Consumer behavior and sustainable consumption. *Journal of Business Research*, 102, 125-135.
- Nelson, R., & Zhang, Y. (2023). Mediating effects of environmental knowledge on ecological behavior: Evidence from urban consumers. *Urban Sustainability Journal*, 4(1), 56-70.
- Nugroho, A. (2022). Kesadaran Lingkungan dan Perilaku Konsumen. *Environmental Behavior Journal*, 5(2), 98-110.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). McGraw-Hill.
- Nur, A., & Pratiwi, D. (2023). Pengaruh pengetahuan tentang pengelolaan sampah sebagai mediasi terhadap niat perilaku ramah lingkungan masyarakat Indonesia. *Jurnal Lingkungan & Pembangunan*, 12(2), 144-158.
- Nurhidayat, H., & Prasetyo, B. (2021). Understanding Waste Management Knowledge and Its Role in Environmental Sustainability. *Journal of Environmental Management*, 287, 112345. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2021.112345>
- Prakoso, A., & Nugroho, B. (2023). The Influence of Environmental Concern on Consumer Behavior in Green Product Selection. *International Journal of Consumer Studies*, 47(4), 501-510. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12676>
- Prasetyo, B., Wulandari, D., & Kurniawan, A. (2022). Technology-based Approaches to Organic Waste Management and Their Adoption. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 155, 111840. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2021.111840>
- Putra, D., & Anjar, R. (2022). Impact of Branding and Eco-Education on Consumer Purchase Intention. *Sustainable Development & Consumer Behavior*, 13(1), 45-59. <https://doi.org/10.1234/sdc.v13i1.3456>
- Putri, R., & Kurniawan, H. (2023). The Role of Environmental Concern in Shaping Green Purchase Intentions. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 35(3), 599-615. <https://doi.org/10.1108/APJML-10-2022-0550>
- Qian, W., Li, S., & Chen, Y. (2023). The influence of environmental concern on greenproduct preferences. *Retail & Consumer Services*, 75, 103375.
- Rahma, F. (2022). Kepedulian Lingkungan: Antara Kesadaran dan Tindakan. *Sustainable Living Review*, 8(3), 123-134.
- Rahmawati, S., & Iskandar, B. (2023). "Dampak Peningkatan Produksi Sampah Terhadap Lingkungan di Yogyakarta." *Jurnal Lingkungan dan Pembangunan*, 12(2), 155-167.
- Rosa, A., & De Gregorio, A. (2022). Understanding the environmental behavior gap: An analysis of the barriers between awareness and sustainable actions. *Journal of Cleaner Production*, 361, 132129.
- Salahuddin, A., Nurhidayat, H., & Pratama, S. (2021). Developments in Environmental Awareness and Attitudes. *Journal of Environmental Psychology*, 36(2), 89-104. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2020.101445>
- Sari, R., Wulandari, D., & Handayani, F. (2023). Environmental Concern and Green Product Choice Behavior of Urban Consumers. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 22(1), 110-125. <https://doi.org/10.2478/jei-2023-0013>
- Schwartz, S. H. (2019). Values and ethical principles in environmental conservation. *Environmental Values*, 28(2), 207-226.
- Setiawan, R., Iskandar, D., & Sari, A. (2023). Dampak Kepedulian Lingkungan terhadap Pembelian Produk Ramah Lingkungan. *International Journal of Marketing Studies*, 14(2), 189-199.

- Smith, J., & Brown, L. (2023). "Access to Information as a Driver for Sustainable Consumption: The Role of Tourism." *International Journal of Consumer Studies*, 47(1), 30-45.
- Steg, L., & Vlek, C. (2019). Encouraging pro-environmental behavior: An integrative review of the literature. *Environmental Psychology*, 58, 1-10.
- Suparman, D., & Kurniawan, A. (2022). Effectiveness of Environmental Education on Environmental Care Behavior. *International Journal of Environmental Education*, 8(1), 45-60. <https://doi.org/10.18278/ijee.8.1.2022.122>
- Supriyadi, H. (2022). Pendidikan tentang Pengelolaan Sampah di Sekolah. *Journal of Waste Management*, 11(4), 67-80.
- Susanti, A., & Rahmadani, S. (2021). "The Role of Education in Environmental Awareness: A Case Study in Yogyakarta." *Jurnal Pendidikan Lingkungan Hidup*, 15(2), 85-94.
- Susanto, D., & Rahmawati, S. (2023). Challenges and Strategies in Promoting Waste Sorting Knowledge among Urban Communities. *Environmental Science and Policy*, 134, 76-85. <https://doi.org/10.1016/j.envsci.2022.10.015>
- Thøgersen, J. (2021). The role of social influence in sustainable consumption: A review of the literature. *Journal of Consumer Policy*, 44(3), 345-367.
- Thøgersen, J., & Crompton, T. (2022). Simple and effective policies to influence the public's pro-environmental behavior: The case of waste management. *Environmental Science & Policy*, 127, 218-224.
- Thompson, R. C., Moore, C. J., & Saal, F. S. (2021). Reducing plastic pollution through education and policy interventions. *Nature Sustainability*, 4(1), 22-30.
- United Nations Environment Programme (UNEP). (2022). Global Environment Outlook 2022: Our Planet, Our Future. <https://www.unep.org/resources/global-environment-outlook-2022>
- Vermeir, I., & Verbeke, W. (2022). Sustainable food consumption: Exploring the consumer's perspective. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 35(1), 1-20.
- Wahyuni, A., & Setiawan, B. (2023). The Impact of Environmental Awareness on Eco-Friendly Product Purchase Intention: Mediating Role of Attitude. *Sustainable Business Review*, 12(2), 90-106. <https://doi.org/10.1234/sbr.v12i2.2023>
- Wang, P., & Chen, X. (2023). "The Impact of Advertising on Consumer Attitudes Towards Eco-Friendly Products: Cultural Influences." *Journal of Advertising Research*, 63(4), 245-260.
- Wang, X., Li, Y., & Zhang, Q. (2023). Knowledge as a mediator in sustainable consumption: Evidence from China. *Sustainable Development*, 31(2), 245-260.
- Wang, Y., & Lee, Y. (2021). Social Norms and Environmental Purchasing: A Cross-Cultural Study. *Environmental Marketing*, 7(4), 334-351. <https://doi.org/10.1177/20563051211065709>
- Wang, Y., Li, L., & Zhang, R. (2023). The Role of Environmental Knowledge in Promoting Sustainable Consumption in Urban China. *Environmental Research Letters*, 18(4), 044012.
- Wati, R. A., dan Yuniar, N. (2023). "Pengaruh Edukasi Lingkungan Terhadap Tindakan Masyarakat dalam Pengelolaan Sampah di Yogyakarta." *Jurnal IlmuLingkungan*, 14(1), 50-60.
- Wijaya, B., & Santosa, R. (2023). Perilaku Konsumen dalam Pilihan Produk Ramah Lingkungan. *Journal of Consumer Studies*, 9(3), 150-160.
- Wijayanto, T., Suryanto, S., & Widodo, I. (2020). Impact of Information Dissemination on Environmental Awareness and Behavior. *Environmental Communication*, 14(3), 319-333. <https://doi.org/10.1080/17524032.2019.1601740>
- Yuliana, I., & Junaidi, A. (2022). Environmental concern and consumer behavior: A study in Yogyakarta. *International Journal of Environmental Studies*, 79(3), 415-431.
- Yulianto, M. (2022). Pengaruh Iklan terhadap Pilihan Konsumen dalam Konteks Lingkungan. *Journal of Marketing Research*, 7(1), 54-67.
- Zhang, H., Li, J., & Wang, Y. (2023). The impact of environmental awareness on consumer choices for eco-friendly products. *Journal of Environmental Management*, 300, 113-124.
- Zhang, L. (2023). Educational Stimuli and Sustainable Behavior: An SOR Perspective. *Environmental Psychology*, 45, 100434.

- Zhang, L., & Zhang, Y. (2022). The effect of waste management education on recycling behavior among consumers. *Resources, Conservation and Recycling*, 186, 106571.
- Zhao, R., & Torff, B. (2023). "The Impact of Environmental Education on Individual Recycling Behavior: A Longitudinal Study." *Environmental Science & Policy*, 139, 154-162.

[Home](#) / Editorial Masthead

Editorial Masthead

Journal editor

Lilik Ambarwati

STIE Widyya Wiwaha

Lilik Ambarwati

STIE WIDYA WIWAHA YOGYAKARTA

Beta Asteria

Khoirunnisa Cahya Firdarini

STIE WIDYA WIWAHA

Abdul Halim

Editor Jurnal

Sugiyarti Fatma Laela

Sekolah Tinggi Ekonomi Islam (STEI) Tazkia, Bogor

Priyastiwi

Suhartono

STIE Widya Wiwaha

Sulastiningsih Sulastiningsih

STIE Widya Wiwaha

John Suprihanto

Ary Sutrichastini

Editor WW

View [Editorial History](#)

Peer Reviewers in Previous Year

The editors express their appreciation of the reviewers for 2025 listed below.

Icuk Rangga Bawono

Junaidi

masjoen junaidi

Universitas Teknologi Yogyakarta

Yudi Sutarso

Make a Submission

INFORMATION

For Readers

For Authors

For Librarians

EDITORIAL POLICIES

Publication Ethic

Editorial Team

Reviewer

Focus and Scope

Author Guidelines

Peer Review Process

Publication Frequency

Publication fee

Plagiarism Checker

Copyright Notice

Open Access Policy

Ethical Statement

Publisher

ARTICLE TEMPLATE



ISSN

eISSN 2622-173X



pISSN 0854-4530



TOOLS

zotero



INDEXING LIST



ACCREDITED SINTA 4



SK Akreditasi Sertifikat

Support By



VISITORS

