

## Pengaruh Sikap, Norma, dan Kontrol Perilaku terhadap Konsumsi Berkelanjutan Generasi Muda

Evi Rosalina Widyayanti<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Manajemen, STIE Widya Wiwaha, Yogyakarta

email: [evi@stieww.ac.id](mailto:evi@stieww.ac.id)

---

### ABSTRACT

*This study aims to determine and explain the influence of Attitudes, Norms and Behavioral Control on Sustainable Consumption of the Young Generation. The Theory of Planned Behavior (TPB) is used in this research. The respondents of this study were generation Z in the Special Region of Yogyakarta. The approach to this study is quantitative. The design of this study was carried out by taking nonprobability sampling with the sampling technique used purposive sampling. In this study, the samples used was 90 respondents. Data analysis was carried out using the help of Structural Equation Modeling (SEM) using SmartPLS 3. This study tested the variabels Attitude/ATT, Subjective Norms/SJN, Perceived Behavioral Control/PBC, Intention Behavior/ITB and Sustainable Consumption Behavior/SCB. The analysis was carried out in three stages, namely the first stage of testing the outer model, the second stage of testing the goodness of fit (GoF) and the third stage of testing the inner model. The results of the study indicate that Attitude (ATT) Subjective Norms (SJN) and Perceived Behavioral Control (PBC) variabel have a positive and significant effect on the variabel Intention Behavior (ITB). Furthermore, Intention Behavior (ITB) variabel has a positive and significant effect on Sustainable Consumption Behavior (SCB) variable.*

---

### ABSTRAK

**Kata Kunci:**  
Sikap; Norma  
Subyektif;  
Kontrol  
Perilaku Yang  
Dirasakan;  
Niat  
Berperilaku;  
Perilaku  
Konsumsi  
Berkelanjutan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh Sikap, Norma dan Kontrol Perilaku terhadap Konsumsi Berkelanjutan Generasi Muda. Penelitian ini menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Responden penelitian ini adalah generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta. Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif. Desain penelitian ini dilakukan dengan pengambilan sampel *nonprobability sampling* dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan sebanyak 90 responden. Analisis data dilakukan menggunakan bantuan *Structural Equation Modelling* (SEM) menggunakan SmartPLS 3. Penelitian ini menguji variabel-variabel *Attitude/ATT*, *Subjective Norms/SJN*, *Perceived Behavioral Control /PBC*, *Intention Behavior/ITB* dan *Sustainable Consumption Behavior/SCB*. Analisis dilakukan dengan tiga tahapan yaitu pertama tahap pengujian outer model, kedua tahap pengujian *goodness of fit (GoF)* dan ketiga adalah tahap pengujian inner model. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Attitude (ATT)* *Subjective Norms (SJN)* dan, *Perceived Behavioral Control (PBC)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *Intention Behavior (ITB)*. Selanjutnya variabel *Intention Behavior (ITB)* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *Sustainable Consumption Behavior (SCB)*.

---

## PENDAHULUAN

Pada tahun 2015, KTT Pembangunan Berkelanjutan PBB secara resmi mengadopsi 17 Tujuan Pembangunan Berkelanjutan/*Sustainable Development Goals*/SDGs; (Giangrande et al., 2019), cetak biru untuk mencapai masa depan yang lebih baik dan berkelanjutan. Hal tersebut dibayangkan sebagai tujuan universal yang relevan bagi negara maju dan berkembang (Gasper et al., 2019). Diantaranya, tujuan SDG ke-12 memastikan pola konsumsi dan produksi berkelanjutan (*sustainable consumption and production*/SCP). Hal ini menjadikan konsumsi berkelanjutan sebagai topik yang penting untuk dipelajari guna membantu mencapai SDGs. Oleh karena itu, cara mempromosikan konsumsi berkelanjutan secara efektif dan memanfaatkan kekuatan konsumen untuk berkontribusi terhadap transformasi ekonomi, sosial, dan lingkungan yang berkelanjutan juga merupakan isu penting yang perlu dipelajari (Qin & Song, 2022), hal ini dikarenakan beberapa alasan yang bisa menjadi dasar pemikiran berikut ini.

**Pertama**, para ahli telah mengkarakterisasi beberapa fase sejarah konsumen baru-baru ini yang membantu menjelaskan bagaimana manusia tampaknya telah sampai pada titik tingkat konsumsi saat ini, bahkan tampaknya semakin cepat menuju ambang (tidak *sustainable* (Elkington, 2006; Gabriel, 2018; Iacobucci et al., 2020). **Kedua**, *The World Commission on Environment and Development* (1987) mendefinisikan keberlanjutan sebagai kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhannya sendiri. KTT "Bumi" Rio yang disponsori oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) tentang Lingkungan dan Pembangunan pada tahun 1992 (Murphy, 2005). Dari sinilah rencana aksi Agenda 21 diadopsi, yang mengakui bahwa penyebab utama kerusakan lingkungan dan sumber daya alam global adalah pola konsumsi dan produksi yang tidak berkelanjutan, permintaan yang berlebihan, dan gaya hidup mewah (Le Blanc, 2010). Untuk mencapai tujuan yang tertuang dalam Agenda 21, diperlukan efisiensi dalam sistem produksi dan perubahan pola konsumsi (Vantamay, 2018).

**Ketiga**, konsumsi berkelanjutan adalah konsumsi yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dasar dengan meminimalkan penggunaan sumber daya alam, emisi limbah, zat berbahaya bagi lingkungan. Didefinisikan sebagai pembatasan penggunaan barang dan jasa, dengan mempertimbangkan kebutuhan generasi mendatang (Ayar & Gürbüz, 2021). **Keempat**, memasuki abad ke-21, terlihat bahwa masyarakat yang "mengkonsumsi untuk hidup" digantikan oleh masyarakat yang secara harfiah "hidup untuk mengonsumsi." Oleh karena itu, masyarakat kini harus bekerja di negara-negara maju, tidak hanya untuk bertahan hidup namun juga untuk membeli barang-barang konsumsi. Pada periode ini, masyarakat didorong untuk mengonsumsi lebih banyak, karena konsumsi dipandang sebagai faktor penyebab produksi.

Dengan bantuan *Theory of Planned Behavior* (TPB), para peneliti telah melakukan berbagai penelitian untuk mengidentifikasi mengapa dan bagaimana konsumen dapat berperilaku berkelanjutan (Johnstone & Lindh, 2018; Giampietri et al.,

2018). Penelitian tentang konsumsi didasarkan pada TPB karena teori ini berkontribusi pada proses perilaku, niat berperilaku dan informasi, serta menawarkan pendekatan sistematis kepada peneliti dalam hal menentukan, mengukur, dan mengkonseptualisasikan faktor-faktor penentu perilaku (Ayar & Gürbüz, 2021). TPB adalah salah satu teori psikologi sosial yang paling sering digunakan dan diuji secara empiris yang paling baik mengukur hubungan antara sikap (*attitude*) dan perilaku (*behavior*). Ini juga merupakan salah satu model yang paling sering digunakan dalam literatur. Berbagai upaya telah dilakukan pada penelitian sebelumnya untuk menggunakan TPB mengeksplorasi perilaku lingkungan, memahami atau memprediksi perilaku daur ulang, pilihan perjalanan, konsumsi energi, penghematan air, pilihan makanan, dan investasi etis (Stern P., 2000).

Beberapa variabel terkait TPB dibahas dalam penelitian ini. **Pertama**, sikap (*attitude*). Sikap merupakan sejauh mana seorang individu mempunyai penilaian positif atau negatif terhadap suatu perilaku tertentu. Sikap yang dipahami dalam pengertian ini sebagai fenomena perilaku, mencakup penilaian tentang apakah perilaku tertentu yang sedang dipertimbangkan itu baik atau buruk dan apakah seseorang ingin melakukan perilaku tersebut atau tidak (Paul et al., 2016). **Kedua** adalah Norma subyektif (*subjective norms*), seperti konstruksi lain dalam TPB, adalah tekanan sosial yang dirasakan mengenai perilaku tertentu (Ajzen, 1991). Oleh karena itu, mungkin relevan bagi individu untuk menilai perilaku tersebut (Falke et al., 2022). **Ketiga**, variabel kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) mengidentifikasi yang dirasakan sebagai prediktor yang baik terhadap niat membeli produk ramah lingkungan pada konsumen India, mereka mengusulkan untuk mengurangi kesulitan yang dirasakan penjual dengan mengkomunikasikan ketersediaan, cara pembelian, dan variasi produk ramah lingkungan yang ditawarkan di pasar (Paul et al., 2016).

Kesenjangan dalam penelitian ini dapat ditunjukkan antara niat dan perilaku yang masih terus dianalisis dalam berbagai penelitian yang dilakukan para ahli, seperti penelitian yang dilakukan oleh Teoh et al. (2022), mengangkat kesenjangan antara niat dan perilaku dimana kesenjangan penting dalam memahami mengapa konsumen menyatakan niat untuk mengurangi limbah makanan tetapi tidak menindaklanjuti dengan perilaku yang sesuai. Demikian juga penelitian yang dilakukan oleh Hermawan et al., 2023; Wang et al. (2020), mengamati adanya kesenjangan yang diakuinya antara niat dan perilaku konsumen terhadap perilaku pembelian produk berkelanjutan (pembelian hijau) yang sebenarnya.

Kebaruan penelitian ini **pertama**, fokus dilakukan di Indonesia, terutama di Daerah Istimewa Yogyakarta dimana penelitian yang membahas *sustainable consumption behavior* sebelumnya dilakukan di banyak negara seperti di Turki (Ayar & Gürbüz, 2021), Thailand (Vantamay, 2018), Tiongkok (Qin & Song, 2022), India (Kumar & Pandey, 2023), Malaysia (Alam et al., 2020), Jerman (Falke et al., 2022), Mexico

(Müller et al., 2021), Eropa (Brandão & Costa, 2021). **Kedua**, penelitian ini fokus membahas keberlanjutan pada 3 hal pokok yaitu pembelian, penggunaan dan pembuangan dimana penelitian sebelumnya hanya fokus pada salah satu saja seperti pembuangan sampah makanan (Teoh et al., 2022), pembelian pakaian ramah lingkungan (Zhao et al., 2019), niat pembelian hijau (Kumar & Pandey, 2023), konsumsi hijau (Xie & Madni, 2023).

Berdasarkan latar belakang diatas dapat ditarik kesimpulan tentang pentingnya penelitian ini **satu**, untuk mengidentifikasi berbagai faktor yang terkait dengan perilaku konsumen berkelanjutan, seluruh siklus konsumsi harus dipelajari dan bukan hanya pilihan awal karena perilaku pasca pilihan seperti penggunaan produk, perpanjangan masa pakai produk, dan pembuangan produk juga memainkan peran yang sangat penting dan sama pentingnya dampaknya terhadap keberlanjutan (Sheoran & Kumar, 2022). **Dua**, saat ini, perilaku konsumsi berkelanjutan di negara berkembang dinilai memiliki pertumbuhan yang lebih besar dibandingkan di negara maju. Namun, faktor-faktor yang dapat mengaktifkan perilaku ini belum dieksplorasi secara menyeluruh (Rizkalla et al., 2019). Salah satu negara yang bergelut dengan permasalahan lingkungan hidup adalah Indonesia (Genoveva & Syahrivar, 2020a). **Tiga**, perilaku konsumen adalah kunci dari dampak masyarakat terhadap lingkungan (Jackson, 2005b). Tindakan yang diambil masyarakat dan pilihan yang mereka ambil, mengkonsumsi produk dan jasa tertentu dibandingkan produk dan jasa lain atau hidup dengan cara tertentu, semuanya mempunyai dampak langsung dan tidak langsung terhadap lingkungan, serta kesejahteraan pribadi dan kolektif. Inilah sebabnya topik “*Sustainable Consumption*” menjadi fokus utama kebijakan nasional dan internasional (Jackson, 2005a).

## METODE

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif untuk menguji teori objektif dengan memeriksa hubungan antar variabel. Variabel-variabel ini, pada gilirannya, dapat diukur, biasanya pada instrumen, sehingga data bernomor dapat dianalisis menggunakan prosedur statistik. Laporan tertulis akhir memiliki struktur yang ditetapkan yang terdiri dari pendahuluan, literatur dan teori, metode, hasil, dan diskusi (Creswell, 2003). Dalam studi kuantitatif, seseorang menggunakan teori secara deduktif dan menemukannya di awal proposal penelitian. Penelitian ini dilakukan di Indonesia tepatnya di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), dengan penyebaran kuesioner penelitian ke lima kabupaten dan kota di DIY yaitu kabupaten Sleman, Bantul, Kulonprogo, Gunung Kidul dan Kota Yogyakarta.

Populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, peristiwa, atau hal menarik yang ingin diselidiki peneliti. Ini adalah sekelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang ingin disimpulkan oleh peneliti berdasarkan statistik sampel (Sekaran, 2021). Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah konsumen generasi muda di

DIY. Sampel adalah sebagian dari populasi. Ini terdiri dari beberapa anggota yang dipilih darinya. Dengan kata lain, sebagian, namun tidak seluruh, elemen populasi membentuk sampel. Desain pengambilan sampel dilakukan adalah nonprobabilitas, dimana unsur-unsur tidak mempunyai peluang yang diketahui atau ditentukan sebelumnya untuk dipilih sebagai subjek (Sekaran, 2021). Sedangkan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Sampling purposive* adalah satu teknik dalam penentuan sampel yang didasarkan pada pertimbangan dari peneliti mengenai sampel mana yang bermanfaat dan paling representatif (Babbie, 2016).

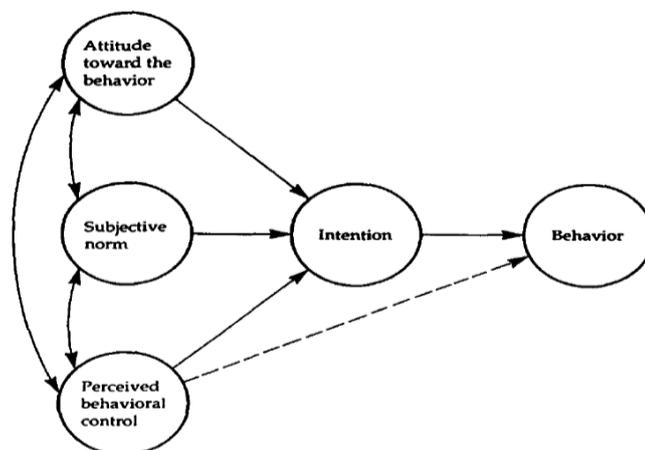
Responden yang ditetapkan sebagai sampel dalam penelitian ini adalah Generasi muda tepatnya adalah genZ yaitu mereka yang berusia 13 sd 28 tahun atau kelahiran 1997 sd 2012. Dalam penelitian ini alat analisis yang digunakan adalah metode analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan program *Partial Least Square* (PLS) yang merupakan salah satu teknik SEM dimana alat analisis ini mampu melakukan analisis terhadap variabel laten, indikator variabel dan juga adanya kesalahan pengukuran yang terjadi secara langsung (Wiyono, 2011). Kebutuhan sampel dalam penelitian ini disesuaikan dengan metode analisis SEM. Keunggulan SEM adalah fleksibel, dapat memeriksa hubungan yang kompleks, dengan berbagai jenis data juga penggunaan perbandingan model yang dapat berbeda (MacCallum et al., 1999).

Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model persamaan struktural atau yang disebut dengan *Structural Equation Modelling* (SEM). Model persamaan struktural (*Structural Equation Modelling*) adalah generasi kedua teknik analisis multivariat yang memungkinkan peneliti menguji hubungan antar variabel yang kompleks baik *recursive* maupun *non-recursive* untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai keseluruhan model (Ghozali, 2020). Analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) mengukur kebutuhan sampel penelitian. Jumlah sampel yang baik berada pada kisaran 100-200 sampel. Namun banyaknya sampel pada SEM disesuaikan dengan jumlah indikator yang digunakan pada kuesioner (Hair et al., 2010).

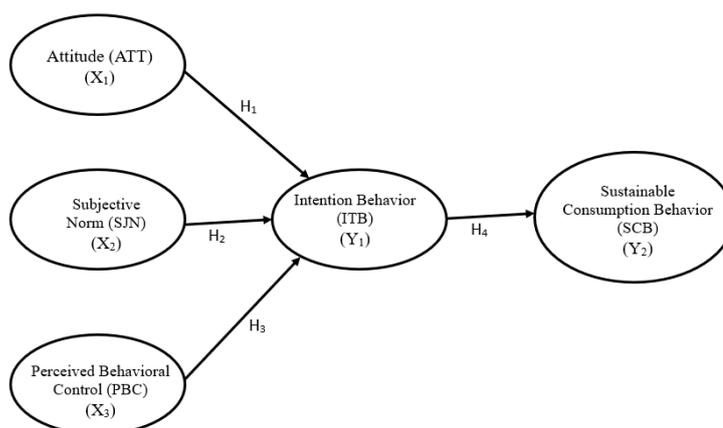
Ukuran sampel yang disarankan adalah 5-10 observasi pada setiap parameter yang diestimasi untuk mendapatkan ukuran *goodness of fit* yang baik (Hair et al., 2019). Dalam penelitian ini digunakan asumsi bahwa jumlah sampel dapat menggunakan perbandingan 5-10 kali dari jumlah observasi dari setiap parameter atau indikator yang digunakan dalam penelitian. Jumlah pertanyaan pada kuesioner untuk masing-masing variabel adalah 3, sedangkan variabel yang digunakan adalah 5, maka jumlah parameter yang digunakan adalah  $3 \times 5 = 15$ . Jumlah minimal responden adalah  $15 \times 5 = 75$ . Sementara jumlah maksimal adalah  $15 \times 10 = 150$ . Penelitian ini mengambil jumlah sampel 90. Rasio ukuran sampel terhadap jumlah parameter bebas dapat mencapai 5:1 menurut teori normal dan elips, terutama ketika terdapat banyak indikator variabel laten dan pemuatan faktor terkait besar. Meskipun pengalaman yang dapat dijadikan dasar rekomendasi masih kurang, rasio minimal 10:1 mungkin lebih tepat untuk distribusi arbitrer (Bentler & Chou, 1987).

Variabel penelitian ini terdiri dari Variabel dependen ( $X_1$ ) *Attitude*, Variabel dependen ( $X_2$ ) *Subjective Norms*, Variabel dependen ( $X_3$ ) *Perceived Behaviour Control*, Variabel Independen ( $Y_1$ ) *Intention Behavior* dan Variabel Independen ( $Y_2$ ) *Sustainable Consumption*. Berdasarkan pada Teknik pengumpulan data, penelitian ini menggunakan teknik survey adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui penyelidikan dengan cara menghubungi sebagian atau sekelompok tertentu dari populasi yang berhubungan. Riset survei memberikan deskripsi kuantitatif atau numerik tentang tren, sikap, atau opini suatu populasi dengan mempelajari sampel populasi tersebut. Riset ini mencakup studi lintas bagian dan longitudinal yang menggunakan kuesioner atau wawancara terstruktur untuk pengumpulan data—dengan tujuan melakukan generalisasi dari sampel ke populasi (Fowler, 2009).

Berikut adalah pengaplikasian *Theory of Planned Behavior* pada model penelitian ini dengan variabel-variabel yang saling berpengaruh:



Gambar 1. Theory of Planned Behavior (Ajzen 1991)



Gambar 2. Model Penelitian

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Profil Responden

Penelitian ini mengumpulkan data dari 90 responden. Profil responden yang mengisi kuesioner melalui *google form* ditunjukkan pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Profil Responden

No	Dasar	Kategori	Jumlah	Prosentase	Total
1	Tempat Tinggal	Kota Yogyakarta	35	38,9%	90
		Sleman	28	31,1%	
		Bantul	19	21,1%	
		Kulonprogo	3	3,3%	
		Gunung Kidul	5	5,6%	
2	Jenis Kelamin	Laki-laki	27	30,0%	
		Perempuan	63	70,0%	
3	Usia	13-17 Tahun	15	16,7%	
		18 - 22 Tahun	20	22,2%	
		23 - 28 Tahun	55	61,1%	
4	Pendidikan	SMP	2	2,2%	
		SMA	40	44,4%	
		D3	28	31,1%	
		S1	20	22,2%	
5	Pekerjaan	PNS/BUMN	9	10,0%	
		Karyawan	12	13,3%	
		Ind. Kreatif	2	2,2%	
		Mahasiswa	38	42,2%	
		Pelajar	23	25,6%	
		Lainnya	6	6,7%	

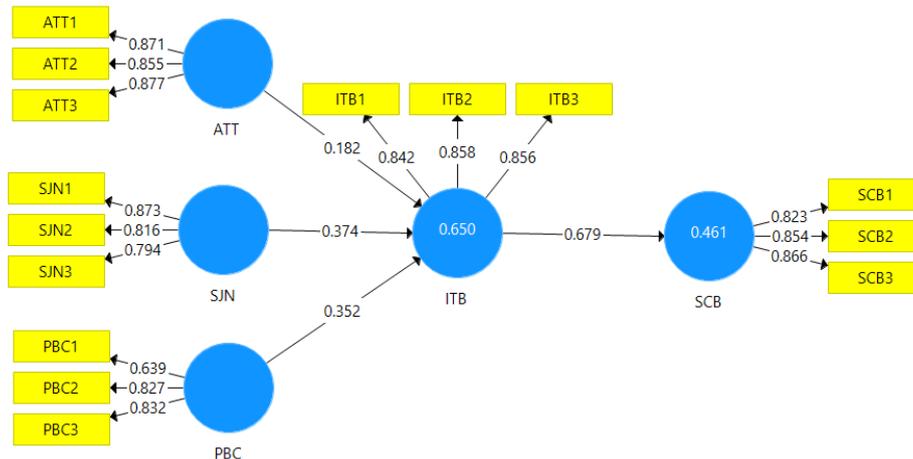
Tempat tinggal responden berdasarkan lokasi penelitian adalah di D.I. Yogyakarta yang terdiri dari 1 kota dan 4 kabupaten yaitu Kota Yogyakarta tertinggi sebanyak 38% (35 responden), kemudian kabupaten Sleman 31,1% (28 responden), selanjutnya kabupaten Bantul (21,1%), kemudian kabupaten Gunung Kidul 5,6% (5 responden) dan terakhir adalah kabupaten Kulonprogo 3,3% (3 responden). Jenis kelamin responden didominasi oleh perempuan sebesar 70,0% (63 responden) dan laki-laki sebesar 30,0% (27 responden). Selanjutnya untuk Usia terbagi menjadi 3 kategori usia yaitu Usia 13-17 dengan jumlah terendah yaitu sebesar 16,7% (15 responden), selanjutnya adalah usia 18-22 tahun sebesar 22,2% (20 responden) dan tertinggi adalah usia 23-28 tahun sebesar 61,1% (55 responden).

Pendidikan responden terdiri dari SMP dengan perolehan terendah sebesar 2,2% (2 responden), SMA memperoleh yang tertinggi sebesar 44,4% (40 responden), selanjutnya D3 sebesar 31,1% (28 responden) dan terakhir adalah S1 sebesar 22,2% (20 responden). Terakhir data responden yang dibutuhkan adalah pekerjaan yang terdiri dari PNS/BUMN sebesar 10,0% (9 responden), karyawan sebesar 13,3% (12 responden),

selanjutnya industry kreatif dengan perolehan terkecil 2,2% (2 responden), yang terbanyak adalah mahasiswa 42,2% (38 responden), untuk pelajar sebesar 25,6% (23 responden) dan lainnya 6,7% (6 responden).

**Hasil Analisis**

Analisis data menggunakan metode analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan program *Partial Least Square* (PLS) dengan aplikasi SmartPLS.



**Gambar 3.** Struktur Model Penelitian (*Output Calculate Algorithm*)

Variabel-variabel pada gambar 3 adalah Variabel ATT adalah *Attitude*, variabel SJN adalah *Subjective Norm*, variabel PBC adalah *Perceived Behavior Control*, variabel ITB adalah *Intention Behavior* dan terakhir adalah variabel SCB adalah *Sustainable Consumption Behavior*.

Dalam *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM), terdapat dua aspek validitas yang penting, yaitu validitas konvergen dan validitas diskriminan. Tujuan dari analisis model pengukuran pada bagian *outer model* adalah untuk memastikan bahwa semua indikator menunjukkan nilai validitas konvergen dan diskriminan yang memadai.

Tahap Penafsiran Analisis SEM adalah sebagai berikut:

1. Tahap Pengujian *Outer Model*

Tahap ini dilakukan untuk memastikan semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel laten dapat menunjukkan nilai validitas konvergen dan diskriminan yang memadai.

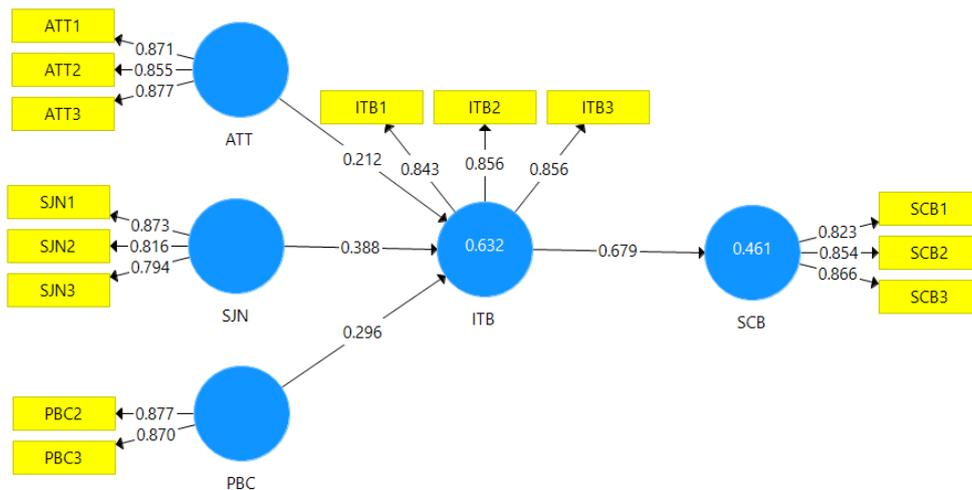
a) Indikator *Loading Factor*

**Tabel 2.** *Outer Loading*

	ATT	ITB	PBC	SCB	SJN
ATT1	0.871				
ATT2	0.855				
ATT3	0.877				
ITB1		0.842			
ITB2		0.858			
ITB3		0.856			
PBC1			0.639		

PBC2	0.827		
PBC3	0.832		
SCB1		0.823	
SCB2		0.854	
SCB3		0.866	
SJN1			0.873
SJN2			0.816
SJN3			0.794

Tabel 2. menunjukkan nilai *Outer Loading* < 0,7 dan dinyatakan tidak reliabel yaitu PBC1 dengan nilai 0,639 maka perlu dihilangkan.



**Gambar 4.** Struktur Model Penelitian Data Reliabel

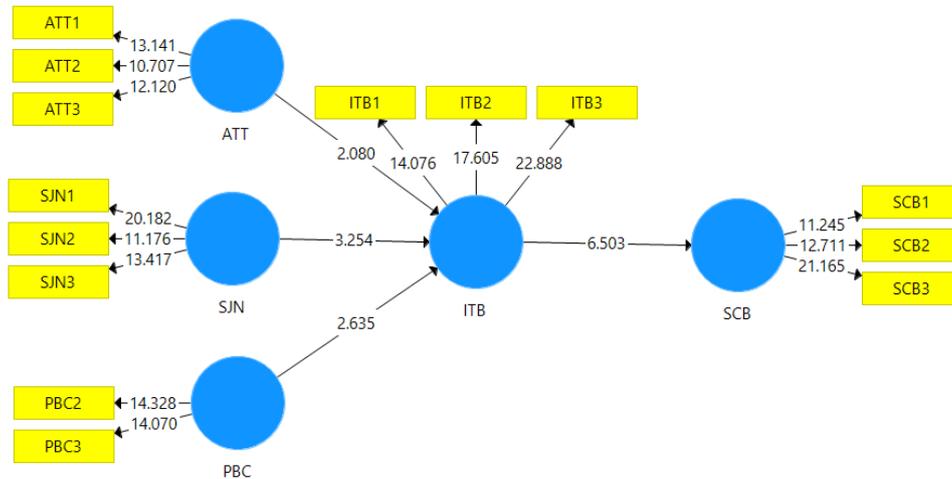
Hasil pengujian menunjukkan nilai *Outer Loading* yang dihasilkan > 0,7. Hasil ini menunjukkan bahwa semua indikator reliabel. Hasil ini ditunjukkan pada Tabel 3.

**Tabel 3.** *Outer Loading* Reliabel

	ATT	ITB	PBC	SCB	SJN
ATT1	0.871				
ATT2	0.855				
ATT3	0.877				
ITB1		0.843			
ITB2		0.856			
ITB3		0.856			
PBC2			0.877		
PBC3			0.870		
SCB1				0.823	
SCB2				0.854	
SCB3				0.866	
SJN1					0.873
SJN2					0.816
SJN3					0.794

Proses *bootstrapping* untuk mengetahui nilai t statistik untuk menguji signifikansi atau dampak dari jalur tersebut. Hasil penilaian kinerja model

struktural (*inner model*) dalam analisis PLS dapat dipandang dengan mengamati variabel dependen dan mengukur koefisien jalur.



**Gambar 5.** Struktur Model Penelitian Data Reliabel

b). AVE (*Average Variance Extracted*)

Hasil analisis AVE dalam penelitian ini pada variabel ATT, ITB, PBC, SCB dan SJN > 0,5 maka data dinyatakan valid.

**Tabel 4.** AVE (*Average Variance Extracted*)

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
ATT	0.836	0.838	0.901	0.753
ITB	0.811	0.812	0.888	0.726
PBC	0.690	0.690	0.866	0.763
SCB	0.806	0.821	0.885	0.719
SJN	0.771	0.776	0.868	0.686

c) Akar kuadrat AVE

Hasil akar kuadrat AVE yang diperoleh harus lebih besar dari korelasi antar konstruk baik kesamping maupun kebawah dimana nilai menunjukkan validitas yang baik dan juga mengestimasi reliabilitas yang baik.

**Tabel 5.** Akar Kuadrat AVE

	ATT	ITB	PBC	SCB	SJN
ATT	0.868				
ITB	0.669	0.852			
PBC	0.637	0.695	0.874		
SCB	0.723	0.679	0.644	0.848	
SJN	0.693	0.736	0.681	0.701	0.829

2. Tahap Pengujian *Goodness of Fit* (GoF) model

Nilai SRMR antara 0,08-0,10 menunjukkan model *fit*. Hasil uji model *fit* menghasilkan SRMR pada *saturated model* sebesar  $0,080 < 0,10$  membuktikan bahwa model dalam penelitian ini *fit*.

**Tabel 6. Model Fit**

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0.080	0.111
d_ ULS	0.671	1.295
d_ G	0.496	0.583
Chi-Square	259.559	285.197
NFI	0.685	0.654

### 3. Tahap pengujian *Inner Model*

Tahap ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh dari variabel eksogen terhadap variabel endogen

- a). Uji signifikansi dengan menggunakan Analisis *Bootstrapping* yang mencerminkan *Path Coefficients* yang merupakan hasil pengujian pengaruh langsung (*direct effect*) dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 7. Path Coeffisien**

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
ATT -> ITB	0.212	0.201	0.102	2.080	0.038
ITB -> SCB	0.679	0.661	0.104	6.503	0.000
PBC -> ITB	0.296	0.306	0.112	2.635	0.009
SJN -> ITB	0.388	0.385	0.119	3.254	0.001

Hasil **Tabel 7** menunjukkan bahwa:

- 1) ATT → ITB berpengaruh positif signifikan dengan t value (T statistic) = 2,080 > 1,96 dan p value = 0,038 < 0,05
  - 2) SJN → ITB berpengaruh positif signifikan dengan t value (T statistic) = 3,254 > 1,96 dan p value = 0,001 < 0,05
  - 3) PBC → ITB berpengaruh positif signifikan dengan t value (T statistic) = 2,635 > 1,96 dan p value = 0,009 < 0,05
  - 4) ITB → SCB berpengaruh positif signifikan dengan t value (T statistic) = 6,503 > 1,96 dan p value = 0,000 < 0,05
- b). R square ( $R^2$ )

Nilai R square ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa konstruk *exogen* secara serentak mempengaruhi konstruk *endogen*, ITB memiliki nilai lebih kuat yaitu *R square* sebesar 0,632 dengan *R square Adjusted* 0,619. Sedangkan pengaruh Exogen pada konstruk *endogen* SCB lebih lemah dengan *R Square* 0,461 dan *R square adjusted* 0,455.

**Tabel 8. R Square**

	R Square	R Square Adjusted
ITB	0.632	0.619
SCB	0.461	0.455

## KESIMPULAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Attitude* (sikap), *Subjectif Norm* (Norma Subyektif) dan *Perceived Behavioral Control* (Kontrol perilaku yang dirasakan) terhadap *Intention Behavior* (Niat berperilaku) dan *Sustainable Consumption Behavior* (Perilaku konsumsi berkelanjutan) di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sampel penelitian berjumlah 90 responden yang berasal dari 4 kabupaten dan 1 kota di DIY, yaitu Kota Yogyakarta, Sleman, Bantul, Kulon Progo dan Gunung Kidul. Responden adalah konsumen generasi Z yang berusia 13 sd 28 tahun kelahiran 1997 sd 2012.

Penelitian ini menguji variabel-variabel *Attitude/ATT*, *Subjective Norms/SJN*, *Perceived Behavioral Control /PBC*, *Intention Behavior (ITB)* dan *Sustainable Consumption Behavior /SCB*. Melalui logika *Theory Planned behavior (TPB)* sebagai *grand theory* penelitian menjelaskan sebuah hipotesis ketiga variabel *Attitude*, *Subjective Norms*, *Perceived Behavioral Control* sebagai H<sub>1</sub>, H<sub>2</sub> dan H<sub>3</sub> berpengaruh terhadap *Intention Behavior/ITB* yang dalam penelitian ini ditunjukkan pada perilaku actual *Sustainable Consumption Behavior/SCB* pada tiga hal pokok yang mempengaruhi konsumsi yaitu pembelian, penggunaan dan pembuangan, sebagai H<sub>3</sub>. Hasil Analisis data responden yang diolah menggunakan SmartPLS 3 dengan jalur path penelitian yaitu bahwa validitas dan reabilitas data terpenuhi melalui hasil pengujian *Average Variance Extracted (AVE)* lebih besar dari 0,5 sehingga data dinyatakan reliabel.

Hasil analisis data responden menjelaskan Hipotesis penelitian ini terbukti bahwa:

1. *Attitude/ATT* berpengaruh positif signifikan terhadap *Intention Behavior/ITB*, penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Matharu et al. (2021; Vantamay, 2018; Chu et al., 2023) dan Alam et al. (2020), yang menunjukkan hasil bahwa sikap (*attitude*) konsumen dirasakan berpengaruh positif terhadap niat konsumen untuk konsumsi berkelanjutan.
2. *Subjective Norms/SJN* berpengaruh positif signifikan terhadap terhadap *Intention Behavior/ITB*, penelitian lain yang mendukung adalah yang dilakukan oleh Falke et al. (2022) dan Ayar & Gürbüz (2021) ditemukan dimana norma subyektif mempunyai pengaruh positif terhadap niat generasi milenial untuk membeli barang konsumsi yang dikembangkan secara berkelanjutan.
3. *Perceived Behavioral Control/ PBC* berpengaruh positif signifikan terhadap *Intention Behavior/ITB*, penelitian yang sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Falke et al. (2022) memberikan bukti hipotesis yang di terima bahwa PBC merupakan faktor yang memiliki dampak positif terhadap niat membeli sayuran yang ditanam secara berkelanjutan. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Brandão & Costa (2021) pada penelitian yang menekankan pada konsumsi fesyen berkelanjutan membuktikan hipotesisnya bahwa PBC berpengaruh positif terhadap niat konsumsi fesyen berkelanjutan.

4. *Intention Behavior/ITB* berpengaruh positif signifikan terhadap *Sustainable Consumption Behavior/ SCB*. Penelitian ini sejalan dengan Saari et al. (2021) dan Ayar & Gürbüz (2021) yang membuktikan bahwa semakin tinggi niat berperilaku maka akan meningkatkan perilaku konsumsi berkelanjutan. Pendapat ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Brandão & Costa (2021) dimana niat berperilaku berhubungan positif dengan perilaku aktual.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini dilakukan dengan bantuan banyak pihak dan yang utama adalah institusi dimana penulis terdaftar sebagai dosen yaitu Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha sebagai supporting dalam pendanaan dan teknis pelaksanaan. Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Ketua STIE Widya Wiwaha dan Ketua LP2M STIE Widya Wiwaha yang telah memberikan dukungan sehingga penelitian ini dapat dilaksanakan dengan baik dan tepat pada waktunya, Selanjutnya penulis mengucapkan terimakasih kepada *reviewer* dan *proofreader* atas perhatian dan bantuannya memberikan masukan bagi penulis. Terimakasih yang sebesar-besarnya juga untuk semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behaviour* (Vol. 50, Issue 1). Academic Press. Inc.
- Alam, S. S., Ahmad, M., Ho, Y. H., Omar, N. A., & Lin, C. Y. (2020). Applying an extended theory of planned behavior to sustainable food consumption. *Sustainability (Switzerland)*, 12(20). <https://doi.org/10.3390/su12208394>
- Ayar, I., & Gürbüz, A. (2021). Sustainable Consumption Intentions of Consumers in Turkey: A Research Within the Theory of Planned Behavior. *SAGE Open*, 11(3). <https://doi.org/10.1177/21582440211047563>
- Babbie, E. (2016). *The Practice of Social Research*, 14th Edition. *Teaching Sociology*.
- Bentler, P. M., & Chou, C. P. (1987). Practical Issues in Structural Modeling. *Sociological Methods & Research*, 16(1). <https://doi.org/10.1177/0049124187016001004>
- Brandão, A., & Costa, A. G. da. (2021). Extending the theory of planned behaviour to understand the effects of barriers towards sustainable fashion consumption. *European Business Review*, 33(5). <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2020-0306>
- Creswell, J. W. (2003). Research design Qualitative quantitative and mixed methods approaches. *Research Design Qualitative Quantitative and Mixed Methods Approaches*. <https://doi.org/10.3109/08941939.2012.723954>
- Falke, A., Schröder, N., & Hofmann, C. (2022). The influence of values in sustainable consumption among millennials. *Journal of Business Economics*, 92(6). <https://doi.org/10.1007/s11573-021-01072-7>
- Fowler, F. J. (2009). *Survey Research Methods - Floyd J.* In Sage.
- Gasper, D., Shah, A., & Tankha, S. (2019). The Framing of Sustainable Consumption and Production in SDG 12. *Global Policy*, 10. <https://doi.org/10.1111/1758-5899.12592>

- Genoveva, G., & Syahrivar, J. (2020). Green lifestyle among Indonesian millennials: A comparative study between Asia and Europe. *Journal of Environmental Accounting and Management*, 8(4). <https://doi.org/10.5890/JEAM.2020.012.007>
- Ghozali, I. (2020). Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan PLS. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Giampietri, E., Verneau, F., Del Giudice, T., Carfora, V., & Finco, A. (2018). A Theory of Planned behaviour perspective for investigating the role of trust in consumer purchasing decision related to short food supply chains. *Food Quality and Preference*, 64. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2017.09.012>
- Giangrande, N., White, R. M., East, M., Jackson, R., Clarke, T., Coste, M. S., & Penha-Lopes, G. (2019). A competency framework to assess and activate education for sustainable development: Addressing the UN sustainable development goals 4.7 challenge. *Sustainability (Switzerland)*, 11(10). <https://doi.org/10.3390/su11102832>
- Hair, J. F., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Black, W. C. (2019). Multivariate data analysis / Joseph F. Hair, Jr. ... [et al.]. In *Multivariate data analysis*.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). Multivariate Data Analysis. In *Vectors*. <https://doi.org/10.1016/j.ijpharm.2011.02.019>
- Hermawan, A., Hidayah, N., & Utami, P. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Green Marketing, dan Experiential Marketing terhadap Keputusan Pembelian (Studi Empiris pada Konsumen Kopi Lawoek Temanggung). *Borobudur Management Review*, 3(1), 46–61.
- Iacobucci, D., Schneider, M. J., & Hamza, K. M. (2020). MARKETING RESEARCH ON ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY. *Review of Marketing Research*, 17. <https://doi.org/10.1108/S1548-643520200000017019>
- Jackson, T. (2005a). Motivating Sustainable Consumption. *A Review of Evidence on Consumer Behaviour and Behavioural Change In A Report to the Sustainable Development Research Network as Part of the ESRC Sustainable Technologies Programme Centre for Environmental Strategy University of Surrey Guildford*, 15(January). <https://doi.org/10.1260/0958305043026573>
- Jackson, T. (2005b). Motivating Sustainable Consumption: A Review of Evidence on Consumer Behaviour and Behavioural Change. A Report to the Sustainable Development Research Network. In ... (Issue January).
- Johnstone, L., & Lindh, C. (2018). The sustainability-age dilemma: A theory of (un)planned behaviour via influencers. *Journal of Consumer Behaviour*, 17(1). <https://doi.org/10.1002/cb.1693>
- Kumar, A., & Pandey, M. (2023). Social Media and Impact of Altruistic Motivation, Egoistic Motivation, Subjective Norms, and EWOM toward Green Consumption Behavior: An Empirical Investigation. *Sustainability (Switzerland)*, 15(5). <https://doi.org/10.3390/su15054222>
- Le Blanc, D. (2010). Sustainable consumption and production: Policy efforts and challenges. In *Natural Resources Forum* (Vol. 34, Issue 1). <https://doi.org/10.1111/j.1477-8947.2010.01292.x>
- MacCallum, R. C., Widaman, K. F., Zhang, S., & Hong, S. (1999). Sample size in factor analysis. *Psychological Methods*, 4(1). <https://doi.org/10.1037/1082-989X.4.1.84>
- Matharu, M., Jain, R., & Kamboj, S. (2021). Understanding the impact of lifestyle on sustainable consumption behavior: a sharing economy perspective. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 32(1). <https://doi.org/10.1108/MEQ-02-2020-0036>

- Müller, J., Acevedo-Duque, Á., Müller, S., Kalia, P., & Mehmood, K. (2021). Predictive sustainability model based on the theory of planned behavior incorporating ecological conscience and moral obligation. *Sustainability (Switzerland)*, *13*(8). <https://doi.org/10.3390/su13084248>
- Murphy, P. E. (2005). Sustainable marketing. *Business and Professional Ethics Journal*, *24*(1/2), 171–198. <http://www.jstor.org/stable/27801378>
- Paul, J., Modi, A., & Patel, J. (2016). Predicting green product consumption using theory of planned behavior and reasoned action. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *29*. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2015.11.006>
- Qin, B., & Song, G. (2022). Internal Motivations, External Contexts, and Sustainable Consumption Behavior in China—Based on the TPB-ABC Integration Model. *Sustainability (Switzerland)*, *14*(13). <https://doi.org/10.3390/su14137677>
- Rizkalla, N., Purnamaningsih, & Erhan, T. P. (2019). *Sustainable Consumption Behavior Among University Students in Indonesia: The Role of Values and Norms*. <https://doi.org/10.2991/icoi-19.2019.44>
- Saari, U. A., Damberg, S., Frömbling, L., & Ringle, C. M. (2021). Sustainable consumption behavior of Europeans: The influence of environmental knowledge and risk perception on environmental concern and behavioral intention. *Ecological Economics*, *189*. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2021.107155>
- Sekaran, U. (2021). Research Methods for Business. In *The Encyclopedia of Research Methods in Criminology and Criminal Justice: Volume II: Parts 5-8*.
- Sheoran, M., & Kumar, D. (2022). Conceptualisation of sustainable consumer behaviour: converging the theory of planned behaviour and consumption cycle. *Qualitative Research in Organizations and Management: An International Journal*, *17*(1). <https://doi.org/10.1108/QROM-05-2020-1940>
- Stern P. (2000). New Environmental Theories: Toward a Coherent Theory of Environmentally Significant Behavior. *Journal of Social Issues*, *56*.
- Teoh, C. W., Koay, K. Y., & Chai, P. S. (2022). The role of social media in food waste prevention behaviour. *British Food Journal*, *124*(5). <https://doi.org/10.1108/BFJ-04-2021-0368>
- Vantamay, N. (2018). Investigation and recommendations on the promotion of sustainable consumption behavior among young consumers in Thailand. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, *39*(1). <https://doi.org/10.1016/j.kjss.2018.01.007>
- Wang, L., Wong, P. P. W., & Narayanan Alagas, E. (2020). Antecedents of green purchase behaviour: an examination of altruism and environmental knowledge. *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research*, *14*(1). <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-02-2019-0034>
- Wang, L., Wong, P. P. W., Narayanan Alagas, E., & Chee, W. M. (2019). Green Hotel Selection of Chinese Consumers: A Planned Behavior Perspective. *Journal of China Tourism Research*, *15*(2). <https://doi.org/10.1080/19388160.2018.1553743>
- Wiyono, G. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis* (1st ed.). UPP STIM YKPN.
- Xie, S., & Madni, G. R. (2023). Impact of Social Media on Young Generation's Green Consumption Behavior through Subjective Norms and Perceived Green Value. *Sustainability (Switzerland)*, *15*(4). <https://doi.org/10.3390/su15043739>
- Zhao, L., Lee, S. H., & Copeland, L. R. (2019). Social media and Chinese consumers' environmentally sustainable apparel purchase intentions. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, *31*(4). <https://doi.org/10.1108/APJML-08-2017-0183>