

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengetahuan lingkungan dan efektivitas konsumen yang dipersepsikan pada sikap, kemudian menguji pengaruh sikap, norma subjektif, kontrol berperilaku yang dipersepsikan pada perilaku hijau. Penelitian ini juga bertujuan menguji efek moderasi altruisme pada sikap dan perilaku hijau. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat yang berbelanja pada toko ritel atau swalayan di Indonesia dengan kriteria individu yang berusia 17 tahun ke atas dan individu yang mempunyai pengalaman dalam menggunakan produk ramah lingkungan (tas belanja sendiri).

Hasil temuan empiris pada penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan lingkungan berpengaruh positif dan signifikan pada sikap, efektivitas konsumen yang dipersepsikan berpengaruh positif dan signifikan pada sikap. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa sikap tidak berpengaruh signifikan pada perilaku hijau, norma subjektif tidak berpengaruh signifikan pada perilaku hijau, kontrol berperilaku yang dipersepsikan berpengaruh positif dan signifikan pada perilaku hijau, kemudian altruisme memiliki pengaruh moderasi pada sikap dan perilaku hijau.

Kata kunci : Pengetahuan lingkungan, efektivitas konsumen yang dipersepsikan, teori TPB, perilaku hijau, altruisme.

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of the environment and perceived consumer effectiveness on attitudes, then examine the effect of attitudes, subjective norms, perceived behavioral control on green behavior. This study also aims to examine the moderating effect of altruism on attitudes and green behavior. This research was conducted on people who shop at retail stores or supermarkets in Indonesia with the criteria of individuals aged 17 years and over and individuals who have experience in using environmentally friendly products.

The results of the empirical findings in this study indicate that environmental knowledge has a positive and significant effect on attitudes, the perceived consumer effectiveness has a positive and significant effect on attitudes. The results of this study also show that attitudes have no significant effect on green behavior, subjective norms have no significant effect on green behavior, perceived behavioral control has a positive and significant effect on green behavior, then altruism has a moderating effect on attitudes and green behavior.

Keywords: Environmental knowledge, perceived consumer effectiveness, TPB theory, green behavior, altruism.