

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kesiapan masyarakat Indonesia, khususnya Generasi Y dan Generasi Z, dalam mendukung ekonomi sirkular di Indonesia. Studi ini mengeksplorasi pengaruh kepedulian lingkungan, kesadaran harga, dan kepercayaan merek ramah lingkungan terhadap niat pembelian limbah elektronik khususnya pada ponsel rekondisi di Indonesia. Saat ini, Indonesia belum memiliki banyak perusahaan yang mendukung ekonomi sirkular karena ini merupakan salah satu topik baru di Indonesia. Oleh karena itu, diperlukan kajian mengenai kemauan masyarakat Indonesia dalam mendukung ekonomi sirkular. Penelitian ini menggunakan metode survei kuesioner untuk memverifikasi hipotesis dan mengeksplorasi implikasi manajerialnya. Populasi penelitian ini meliputi individu berusia di atas 18 tahun generasi Y dan Z di Indonesia, sedangkan sampel penelitian ini dipilih berdasarkan metode convenience sampling. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan menggunakan software SPSS (Statistical Package for Social Science) dalam analisisnya. Terakhir, penelitian ini menawarkan beberapa implikasi manajerial bagi dunia usaha untuk mengambil tindakan dalam mendukung ekonomi sirkular dan saran di masa depan untuk penelitian lebih lanjut.

Kata Kunci : Kepedulian Lingkungan, Kesadaran Harga, Kepercayaan Merek Hijau, Minat Beli, E-Waste, Ekonomi Sirkular.

Abstract

The purpose of this study is to discover the readiness of Indonesian, especially Generation Y and Generation Z, in supporting circular economy in Indonesia. This study explore the influence of environmental concern, price consciousness and green brand trust towards purchase intention in e-waste specifically in refurbished phones in Indonesia. Currently, Indonesia did not have many companies which support circular economy as it is one of the new topic in Indonesia. Thus, a study about the willingness of Indonesians in supporting circular economy is needed. This research employs a study by means of the questionnaire survey method to verify the hypotheses and to explore its managerial implications. The population of this study covers individuals above 18 of generation Y and Z in Indonesia, while the sample of this study were chosen according to convenience sampling method. The method used in this study is multiple linear regression by using SPSS (Statistical Package for Social Science) software in the analysis. Finally, this research offers several managerial implications for businesses to take action in supporting circular economy and future suggestion for further studies.

Keywords: Environmental Concern, Price Consciousness, Green Brand Trust, Purchase Intention, E-Waste, Circular Economy.