

ABSTRAK

Pertumbuhan pesat perdagangan elektronik di Indonesia, terutama sejak pandemi COVID-19, telah membawa perubahan signifikan dalam perilaku konsumen. Namun, peningkatan transaksi daring ini juga menyebabkan peningkatan limbah kemasan yang berdampak negatif pada lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi lingkungan, penyangkalan (*denial*), dan faktor biaya terhadap niat konsumen untuk mengurangi pembelian produk dari toko daring di Indonesia. Dengan menggunakan metode survei *cross-sectional*, data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada konsumen yang memiliki pengalaman belanja daring. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi lingkungan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat mengurangi pembelian produk daring. Konsumen yang memiliki pemahaman lebih baik mengenai dampak lingkungan dari kemasan produk cenderung lebih berkomitmen untuk mengurangi pembelian daring. Sebaliknya, penyangkalan masalah (*denial of problem*), penyangkalan efektivitas (*denial of efficacy*), dan penyangkalan tanggung jawab (*denial of responsibility*) ditemukan memiliki pengaruh negatif terhadap niat mengurangi pembelian. Konsumen yang menyangkal keberadaan atau keparahan masalah lingkungan atau meragukan efektivitas tindakan mereka cenderung memiliki niat yang lebih rendah untuk mengurangi pembelian daring. Namun, penyangkalan tanggung jawab tidak terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat mengurangi pembelian. Faktor biaya juga berpengaruh, di mana harga yang lebih rendah sering kali mendorong konsumen untuk tetap melakukan pembelian daring meskipun sadar akan dampak lingkungannya. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami perilaku konsumen terkait lingkungan dan menawarkan landasan teoritis untuk penelitian lanjutan serta pengembangan kebijakan yang lebih efektif dalam mempromosikan perilaku pro-lingkungan.

Kata Kunci: Literasi Lingkungan, Penyangkalan, Biaya, Niat Mengurangi Pembelian, Perdagangan Elektronik, Perilaku Konsumen.

ABSTRACT

The rapid growth of e-commerce in Indonesia, particularly since the COVID-19 pandemic, has significantly altered consumer behavior. However, the increase in online transactions has also led to a rise in packaging waste, which negatively impacts the environment. This study aims to analyze the influence of environmental literacy, denial, and cost factors on consumers' intentions to reduce purchases from online stores in Indonesia. Using a cross-sectional survey method, data was collected through questionnaires distributed to consumers with online shopping experience. The results indicate that environmental literacy has a significant positive effect on the intention to reduce online product purchases. Consumers with a better understanding of the environmental impact of product packaging tend to be more committed to reducing online purchases. Conversely, denial of the problem, denial of efficacy, and denial of responsibility were found to have a negative influence on the intention to reduce purchases. Consumers who deny the existence or severity of environmental issues or doubt the effectiveness of their actions tend to have a lower intention to reduce online purchases. However, denial of responsibility did not prove to have a significant influence on the intention to reduce purchases. Cost factors also play a role, as lower prices often encourage consumers to continue making online purchases despite being aware of their environmental impact. This research makes an important contribution to understanding environmentally-related consumer behavior and provides a theoretical foundation for further research and the development of more effective policies to promote pro-environmental behavior.

Keywords: Environmental Literacy, Denial, Cost, Intention to Reduce Purchases, e-Commerce, Consumer Behavior.