Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Niat Partisipasi dalam Program Glass Bottle Return pada Akkar
Juice Bar
Dhiayu Khansa Baskoroputri, Megita Ryanjani Tanuputri, S. T. P., M. Sc., Ph. D.; Prof. Dr. Kuncoro Harto Widodo, S.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP NIAT PARTISIPASI DALAM PROGRAM *GLASS BOTTLE RETURN* PADA AKKAR JUICE BAR

ABSTRAK

Permasalahan sampah di DIY semakin mendesak karena keterbatasan kapasitas TPST Piyungan, sehingga pemerintah menerapkan program Jogja Olah Sampah (JOS) yang menekankan pengurangan dari hulu melalui perubahan perilaku konsumsi. Konsep ekonomi sirkular sejalan dengan upaya tersebut dengan mendorong pemanfaatan kembali sumber daya melalui prinsip *reduce*, *reuse*, dan *recycle*. Implementasi ekonomi sirkular (*reduce, reuse, recycle)* di tingkat UMKM salah satunya program *bottle return* oleh Akkar Juice Bar yang mengajak konsumen untuk mengembalikan botol kaca untuk digunakan kembali dengan pemberian insentif. Namun, tingkat pengembalian botol yang fluktuatif menunjukkan bahwa partisipasi konsumen belum optimal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepedulian lingkungan, nilai fungsional kualitas produk, nilai harga, sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan terhadap niat konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung untuk berpartisipasi dalam program *bottle return*, serta rekomendasi strategi untuk memaksimalkan potensi dari program tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 133 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS)*. Temuan yang didapatkan menunjukkan bahwa peningkatan niat partisipasi konsumen dalam program *bottle return* lebih efektif dilakukan melalui penguatan kepedulian lingkungan, nilai fungsional kualitas produk, norma subjektif, dan nilai harga serta usulan rekomendasi dengan memperkuat 4 aspek tersebut untuk memaksimalkan potensi program *bottle return*.

Kata kunci: akkar juice bar, *bottle return,* perilaku konsumen, SEM - PLS

Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Niat Partisipasi dalam Program Glass Bottle Return pada Akkar
Juice Bar
Dhiayu Khansa Baskoroputri, Megita Ryanjani Tanuputri, S. T. P., M. Sc., Ph. D.; Prof. Dr. Kuncoro Harto Widodo, S.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

AN ANALYSIS OF CONSUMER BEHAVIOR ON THE INTENTION TO PARTICIPATE IN THE GLASS BOTTLE RETURN PROGRAM AT AKKAR JUICE BAR

ABSTRACT

The waste problem in Yogyakarta Special Region (DIY) is increasingly pressing due to the limited capacity of the Piyungan Landfill (TPST Piyungan). Therefore, the government has implemented the Jogja Olah Sampah (JOS) program, which reduces upstream pressure through changes in consumption behavior. The circular economy concept aligns with this effort by encouraging resource reuse through the principles of reduce, reuse, and recycle. One example of the circular economy (reduce, reuse, recycle) implementation at the MSME level is Akkar Juice Bar's bottle return program, which encourages consumers to return glass bottles for reuse by offering incentives. However, fluctuating bottle return rates indicate that consumer participation is not optimal. This study aims to analyze the direct and indirect influence of environmental awareness, functional value of product quality, price value, attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control on consumer intention to participate in the bottle return program, as well as recommend strategies to maximize the program's potential. This study employed a quantitative approach, involving 133 respondents selected using a purposive sampling technique. Data were analyzed using Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). The findings indicate that increasing consumer participation intentions in the bottle return program is most effective through strengthening environmental awareness, functional value of product quality, subjective norms, and price value. Recommendations are made by strengthening these four aspects to maximize the potential of the bottle return program.

Keywords: Akkar Juice Bar, bottle return, consumer behavior, SEM-PLS