

ABSTRACT

Plastic bags have been around for more than half a century and improper management has caused littering beyond imaginable scale. Governments around the world strives to tackle this issue, including Government of Jakarta. Governor Regulation No. 142/2019 banned the use of single-use plastic bag in favour of eco-friendly shopping bag. Among the residents of Jakarta are Gen Z, a generational cohort estimated to match Millennial's number in few years' time.

This research attempted to identify the effect of attitude, subjective norm, perceived behavioural control, environmental concern, and environmental knowledge towards usage intention by using extended theory of planned behaviour. Research utilized quantitative method with questionnaire as the main research instrument. Sample criteria of this research is Gen Z who lived in Jakarta, Indonesia. Methods of sampling utilized in this research is nonprobability, purposive sampling. Researcher processed 269 responses for analysis. This research utilized multiple regression analysis to test hypothesis. End result indicates six hypotheses were supported and only one hypothesis was not supported. Result of this study contributed to the expansion and further applicability of theory of planned behaviour in practice.

Keywords: *theory of planned behaviour, marketing, Gen Z, TPB, multiple regression*

INTISARI

Kantong plastik telah ada selama lebih dari setengah abad dan pengelolaan yang tidak tepat telah menyebabkan polusi di luar skala yang bisa dibayangkan. Pemerintah di berbagai pelosok dunia berupaya mengatasi masalah ini, termasuk Pemerintah Jakarta. Peraturan Gubernur No. 142/2019 melarang penggunaan kantong plastik sekali pakai dan mendukung penggunaan kantong belanja ramah lingkungan. Di antara penduduk Jakarta adalah Gen Z, kelompok generasi yang diperkirakan akan menyamai jumlah generasi Milenial dalam beberapa tahun

Penelitian ini mencoba untuk mengidentifikasi pengaruh sikap, norma subjektif, pengendalian perilaku yang dipersepsikan, kepedulian lingkungan, dan pengetahuan lingkungan terhadap niat penggunaan dengan menggunakan *theory of planned behaviour*. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan kuesioner sebagai instrumen penelitian utama. Kriteria sampel penelitian ini adalah Gen Z yang berdomisili di Jakarta, Indonesia. Metode pengambilan sampel untuk penelitian ini adalah nonprobabilitas, purposif sampling. Peneliti mengolah 269 respons untuk dianalisis. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda untuk menguji hipotesis. Hasil akhir menunjukkan enam hipotesis didukung dan hanya satu hipotesis yang tidak didukung. Hasil studi ini berkontribusi pada perluasan dan penerapan lebih lanjut *theory of planned behaviour* dalam praktik.

Kata Kunci: *theory of planned behaviour*, marketing, Gen Z, TPB, regresi berganda