

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengetahuan lingkungan, pengaruh interpersonal dan orientasi nilai pada sikap ramah lingkungan sebagai anteseden serta persepsi diperlukannya kebijakan ramah lingkungan sebagai moderator yang mempengaruhi niat untuk mengikuti kebijakan plastik berbayar pada masyarakat D.I Yogyakarta. Tipe pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah penyampelan bertujuan yang menargetkan masyarakat D.I Yogyakarta, minimal berpendidikan SMA dan memiliki kewenangan dalam bertindak dan mengambil keputusan. Terdapat 153 responden terlibat dalam survei yang disebarakan melalui perpesanan daring. Penelitian ini menemukan bahwa sikap ramah lingkungan mempengaruhi niat mentaati kebijakan ramah lingkungan masyarakat, yang mana sikap ini secara kuat dipengaruhi oleh orientasi nilai yang dipegangnya. Penelitian ini juga menemukan bahwa persepsi diperlukannya kebijakan ramah lingkungan tidak memoderasi hubungan antara sikap ramah lingkungan dengan niat mentaati kebijakan ramah lingkungan. Penelitian ini memberikan informasi kepada pemangku kebijakan bahwa sikap ramah lingkungan berpengaruh terhadap niat untuk mentaati kebijakan ramah lingkungan. Penelitian ini juga menjelaskan pentingnya orientasi nilai sebagai anteseden kunci sikap ramah lingkungan.

Kata kunci: Ekoliterasi, Pengaruh Interpersonal, Orientasi Nilai, Sikap Ramah Lingkungan, Niat, Persepsi, Kebijakan Ramah Lingkungan, Perilaku Konsumen.

ABSTRACT

The purpose of this study is to understand the effect of ecoliteration, interpersonal influence and value orientation on attitudes toward environmentally policy as the key antecedents and perception perceived policy unnecessary as the moderator that influence consumers willingness to obey environmentally friendly policy paid plastic bags in D.I Yogyakarta. The type of sampling in this study is purposive sampling and targeting D.I Yogyakarta society who at least senior high school graduated and have the authority to take action and make decision. A sample of 153 respondents was involved in the online survey that distributed via online messaging. This study finds that attitude toward environmentally policy is the key driver of consumers willingness to obey environmentally policy, while attitude toward environmentally policy is strongly affected by value orientation. This study also finds that perceived policy unnecessary doesn't moderated to consumers willingness to obey environmentally policy. This study provides an information to the policy maker that attitude toward environmentally policy is related to consumers willingness to obey environmentally policy. The results of this study also explain the importance of value orientation as the key antecedents of attitude toward environmentally policy.

Keywords: Ecoliteration, Interpersonal Influence, Value Orientation, Attitude, Willingness to obey, Perceive, Environmentally friendly policy, Consumer Behaviour.