

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Deskripsi Data

Deskripsi data adalah menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat simpulan yang berbentuk umum atau generalisasi. Dalam deskripsi data ini penulis akan menggambarkan kondisi responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain :

#### 4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

##### 4.1 Jenis Kelamin Responden

Gambaran umum mengenai jenis kelamin, konsumen yang menggunakan produk Rinso PT Unilever Indonesia di Bandar Lampung adalah, sebagai berikut.

**Tabel 4.1**

**Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Perempuan	120	100%
Total	120	100%

Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.1 Responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat bahwa konsumen yang menggunakan produk Rinso PT Unilever Indonesia di Bandar Lampung, seluruhnya bejenis kelamin perempuan.

## 4.2 Usia Responden

Gambaran umum mengenai usia, konsumen yang menggunakan produk Rinso PT Unilever Indonesia di Bandar Lampung adalah sebagai berikut.

**Tabel 4.2**  
**Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Jumlah	Persentase
18 – 23 Tahun	86	71,7%
24 – 29 Tahun	12	10%
> 30 Tahun	22	18,3%
Total	120	100%

Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.2 responden berdasarkan usia dapat dilihat bahwa konsumen yang menggunakan produk Rinso PT Unilever Indonesia di Bandar Lampung, paling banyak berusia 18 – 23 Tahun yang berjumlah 86 responden atau sebesar 71,7%, artinya sebagian besar konsumen yang menggunakan produk Rinso PT Unilever Indonesia di Bandar Lampung berusia 18 – 23 Tahun

## 4.3 Pekerjaan

Gambaran umum mengenai pekerjaan, konsumen yang menggunakan produk Rinso PT Unilever Indonesia di Bandar Lampung adalah, sebagai berikut.

**Tabel 4.3**  
**Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
PNS/BUMN	28	23,3%
Karyawan Swasta	18	15,0%
Wirausaha	20	16,7%
Pelajar/Mahasiswa	35	29,2%
Lainnya.	19	15,8%
Total	120	100%

Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.3 responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat bahwa konsumen yang menggunakan produk Rinso PT

Unilever Indonesia di Bandar Lampung, paling banyak memiliki pekerjaan sebagai Pelajar/Mahasiswa yang berjumlah 35 responden atau sebesar 29,2%, artinya sebagian besar konsumen yang menggunakan produk Rinso PT Unilever Indonesia di Bandar Lampung memiliki pekerjaan sebagai Pelajar/Mahasiswa.

#### 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan

No	Penghasilan	Jumlah (Orang)	Persentase
1	<Rp. 2.000.000	40	33.3%
2	Rp. 2.000.000-Rp. 4.000.000	51	42.5%
3	>Rp. 4.000.000	29	24.2%
	Total	120	100,0%

Sumber: Data diolah pada tahun 2022

Dari hasil tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa Penghasilan Perbulan yang paling dominan pada responden yang menggunakan Rinso PT. Unilever di Bandar Lampung yaitu Penghasilan Rp. 2.000.000-Rp. 4.000.000 sebanyak 51 orang atau sebesar 42,5%.

**Tabel 4.5**

#### Hasil Uji Frekuensi Jawaban Responden

No	Pernyataan	Jawaban									
		Tidak Mengetahui – Mengetahui									
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
<b>Pengetahuan Lingkungan (X1)</b>											
1	Saya mengetahui kondisi lingkungan hidup saat ini.	1	0,8	10	8,3	30	25,0	39	32,5	40	33,3
2	Saya mengetahui dan menyadari kondisi lingkungan saat ini semakin menurun.	6	5,0	13	10,8	28	23,3	30	25,0	43	35,8
3	Saya mengetahui sedang terjadi kerusakan lingkungan saat ini.	14	11,7	15	12,5	26	21,7	30	25,0	35	29,2
4	Saya mengetahui penyebab kerusakan lingkungan saat ini.	14	11,7	22	18,3	35	29,2	22	18,3	27	22,5
5	Saya mengetahui bahwa produk ramah lingkungan dapat mengurangi kerusakan lingkungan.	24	20,0	13	10,8	28	23,3	23	19,2	32	26,7
6	Saya mengetahui dengan membeli produk ramah lingkungan adalah salah satu aksi nyata untuk mengurangi kerusakan lingkungan.	24	20,0	13	10,8	35	29,2	23	19,2	25	20,8
No	Pernyataan	Tidak Memahami – Memahami									

		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
<b>Sikap Lingkungan (X2)</b>											
7	Saya memahami dan peduli terhadap permasalahan lingkungan	0	0,0	6	5,0	19	15,8	45	37,5	50	41,7
8	Saya memahami dengan menggunakan produk ramah lingkungan dapat meningkatkan kualitas lingkungan hidup.	6	5,0	24	20,0	35	29,2	30	25,0	25	20,8
9	Saya memahami dan memiliki kekhawatiran dengan kualitas lingkungan hidup yang semakin menurun.	16	13,3	24	20,0	28	23,3	14	11,7	38	31,7
10	Saya memahami bahwasanya masyarakat saat ini kurang peduli dan peka terhadap lingkungan.	32	26,7	20	16,7	30	25,0	16	13,3	22	18,3
11	Saya memahami bahwa dengan menggunakan produk ramah lingkungan dapat mengurangi kerusakan dan pencemaran lingkungan.	26	21,7	26	21,7	29	24,2	20	16,7	19	15,8
12	Saya memahami dan menyadari dengan menggunakan produk ramah lingkungan, saya merasa secara aktif ikut serta dalam mengurangi dampak kerusakan lingkungan.	3	2,5	4	3,3	12	10,0	25	20,8	76	63,3
<b>No.</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Tidak Melakukan – Melakukan</b>									
		<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
<b>Perilaku Daur Ulang (X3)</b>											
13	Setelah menggunakan produk ramah lingkungan saya memisahkan antara organik dan non organik	3	2,5	10	8,3	32	26,7	45	37,5	30	25,0
14	Setelah menggunakan produk ramah lingkungan saya memisahkan sisa produk yang dapat digunakan kembali.	11	9,2	29	24,2	42	35,0	23	19,2	15	12,5
15	Saya membakar/menimbun sisa produk plastik yang tidak bisa digunakan kembali untuk mengurangi sampah lingkungan.	12	10,0	26	21,7	45	37,5	23	19,2	14	11,7
16	Untuk mengurangi sampah plastik agar terurai, saya melakukan pembakaran sampah plastik agar mempercepat penguraian sampah.	21	17,5	23	19,2	40	33,3	15	12,5	21	17,5
17	Agar lingkungan tetap sehat saya melakukan proses daur ulang sampah pada produk ramah lingkungan yang dapat digunakan kembali.	20	16,7	26	21,7	37	30,8	24	20,0	13	10,8
18	Saya mengolah kembali dan menggunakan produk dari sisa sampah daur ulang	24	20,0	15	12,5	38	31,7	20	16,7	23	19,2
<b>No.</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Tidak Memakai – Memakai</b>									
		<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
<b>Green Consumers Behavior (Y1)</b>											
19	Saya memakai produk rinso karena produk rinso sudah menerapkan label kemasan daur ulang.	2	1,7	1	0,8	17	14,2	44	36,7	56	46,7
20	Saya memakai produk rinso karena kemasan produk rinso dapat digunakan kembali.	0	0,0	2	1,7	13	10,8	38	31,7	67	55,8
21	Saya memakai dan memilih produk rinso karena rinso menempati peringkat 1 Top Brand Award 2019-2021 deterjen pencuci	0	0,0	2	1,7	7	5,8	40	33,3	71	59,2

	baju.										
22	Saya memakai dan memilih produk rinso karena Unilver adalah salah satu perusahaan yang aktif dan menerapkan <i>green product</i> .	6	5,0	5	4,2	22	18,3	39	32,5	48	40,0
23	Saya memakai produk rinso dan memanfaatkan sisa kemasan yang bisa digunakan kembali.	7	5,8	8	6,7	21	17,5	39	32,5	45	37,5
24	Saya memakai dan menggunakan produk rinso karena sisa kemasan produk rinso sudah banyak yang didaur ulangnya.	12	10,0	4	3,3	23	19,2	28	23,3	53	44,2

Sumber : Data diolah, 2022

1. Berdasarkan tabel 4.5 jawaban responden terkait hasil uji frekuensi variabel pengetahuan lingkungan diatas, pernyataan yang terbesar pada jawaban “mengetahui” terdapat pada pernyataan 2 (dua), yaitu “Saya mengetahui dan menyadari kondisi lingkungan saat ini semakin menurun.” sebanyak 43 responden atau sebesar 35,8%, dan jawaban “mengetahui” terkecil terdapat pada pernyataan 6 (enam), yaitu “Saya mengetahui dengan membeli produk ramah lingkungan adalah salah satu aksi nyata untuk mengurangi kerusakan lingkungan.” dengan jumlah 25 responden atau sebesar 20,8%
2. Berdasarkan tabel 4.5 jawaban responden terkait hasil uji frekuensi variabel sikap lingkungan diatas, pernyataan yang terbesar pada jawaban sangat setuju terdapat pada pernyataan 12 yaitu “Saya memahami dan menyadari dengan menggunakan produk ramah lingkungan, saya merasa secara aktif ikut serta dalam mengurangi dampak kerusakan lingkungan.” sebanyak 76 responden atau sebesar 63,3%, dan jawaban “memahami” terkecil terdapat pada pernyataan 11, yaitu “Saya memahami bahwa dengan menggunakan produk ramah lingkungan dapat mengurangi kerusakan dan pencemaran lingkungan.” dengan jumlah 19 responden atau sebesar 15,8%.
3. Berdasarkan tabel 4.5 jawaban responden terkait hasil uji frekuensi variabel perilaku daur ulang diatas, pernyataan yang terbesar pada jawaban sangat setuju terdapat pada pernyataan 13, yaitu “Setelah menggunakan produk ramah lingkungan saya memisahkan antara organik dan non

organik” sebanyak 30 responden atau sebesar 25,0%, dan jawaban “melakukan” terkecil terdapat pada pernyataan 17, yaitu “Agar lingkungan tetap sehat saya melakukan proses daur ulang sampah pada produk ramah lingkungan yang dapat digunakan kembali.” dengan jumlah 13 responden atau sebesar 10,8%

4. Berdasarkan tabel 4.5 jawaban responden terkait hasil uji frekuensi variabel *green consumers behavior* diatas, pernyataan yang terbesar pada jawaban sangat setuju terdapat pada pernyataan 21, yaitu “Saya memakai dan memilih produk rinso karena rinso menempati peringkat 1 *Top Brand Award 2019-2021* deterjen pencuci baju.” sebanyak 71 responden atau sebesar 59,2%, dan jawaban “memakai” terkecil terdapat pada pernyataan 23, yaitu “Saya memakai produk rinso dan memanfaatkan sisa kemasan yang bisa digunakan kembali.” dengan jumlah 45 responden atau sebesar 37,5%

#### 4.6 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

##### 4.6.1 Hasil Uji Validitas

Sebelum dilakukan pengolahan data maka seluruh jawaban yang diberikan oleh responden terlebih dahulu dilakukan uji validitas yang diujicobakan kepada 30 responden. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi product moment. Uji validitas untuk menghitung data yang akan dihitung dan proses pengujiannya dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 21.

**Tabel 4.6**

**Hasil Uji Validitas Variabel**

Variabel	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{Tabel}$	Kondisi	Kesimpulan
Pengetahuan Lingkungan	Pernyataan 1	0,721	0,361	$r_{hitung} > r_{Tabel}$	Valid
	Pernyataan 2	0,636	0,361	$r_{hitung} > r_{Tabel}$	Valid
	Pernyataan 3	0,720	0,361	$r_{hitung} > r_{Tabel}$	Valid
	Pernyataan 4	0,758	0,361	$r_{hitung} > r_{Tabel}$	Valid
	Pernyataan 5	0,736	0,361	$r_{hitung} > r_{Tabel}$	Valid
	Pernyataan 6	0,492	0,361	$r_{hitung} > r_{Tabel}$	Valid
Sikap Lingkungan	Pernyataan 1	0,761	0,361	$r_{hitung} > r_{Tabel}$	Valid
	Pernyataan 2	0,686	0,361	$r_{hitung} > r_{Tabel}$	Valid

	Pernyataan 3	0,746	0,361	$r_{hitung} > r_{Tabel}$	Valid
	Pernyataan 4	0,676	0,361	$r_{hitung} > r_{Tabel}$	Valid
	Pernyataan 5	0,716	0,361	$r_{hitung} > r_{Tabel}$	Valid
	Pernyataan 6	0,716	0,361	$r_{hitung} > r_{Tabel}$	Valid
Perilaku Daur Ulang	Pernyataan 1	0,603	0,361	$r_{hitung} > r_{Tabel}$	Valid
	Pernyataan 2	0,621	0,361	$r_{hitung} > r_{Tabel}$	Valid
	Pernyataan 3	0,589	0,361	$r_{hitung} > r_{Tabel}$	Valid
	Pernyataan 4	0,641	0,361	$r_{hitung} > r_{Tabel}$	Valid
	Pernyataan 5	0,609	0,361	$r_{hitung} > r_{Tabel}$	Valid
	Pernyataan 6	0,483	0,361	$r_{hitung} > r_{Tabel}$	Valid
<i>Green Consumers Behavior</i>	Pernyataan 1	0,654	0,361	$r_{hitung} > r_{Tabel}$	Valid
	Pernyataan 2	0,775	0,361	$r_{hitung} > r_{Tabel}$	Valid
	Pernyataan 3	0,749	0,361	$r_{hitung} > r_{Tabel}$	Valid
	Pernyataan 4	0,804	0,361	$r_{hitung} > r_{Tabel}$	Valid
	Pernyataan 5	0,775	0,361	$r_{hitung} > r_{Tabel}$	Valid
	Pernyataan 6	0,779	0,361	$r_{hitung} > r_{Tabel}$	Valid

Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan yang bersangkutan dengan variabel pengetahuan lingkungan, sikap lingkungan, perilaku daur ulang dan *green consumers behavior* memperoleh nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Dengan demikian seluruh item pernyataan pada variabel pengetahuan lingkungan, sikap lingkungan, perilaku daur ulang dan *green consumers behavior* dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

#### 4.7 Hasil Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas maka penguji kemudian melakukan uji reliabilitas terhadap masing-masing instrumen variabel pengetahuan lingkungan, sikap lingkungan, perilaku daur ulang dan *green consumers behavior* menggunakan rumus Alpha Cronbach dengan bantuan program SPSS 21. Hasil uji reliabilitas setelah dikonsultasikan dengan daftar interpretasi koefisien r dapat dilihat pada tabel berikut,

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Koefisien Cronbach Alpha	Koefisien r	Kesimpulan
Pengetahuan Lingkungan	0,756	0,600 – 0,799	Tinggi
Sikap Lingkungan	0,793	0,600 – 0,799	Tinggi
Perilaku Daur Ulang	0,613	0,600 – 0,799	Tinggi
<i>Green Consumers Behavior</i>	0,842	0,800 – 1,000	Sangat Tinggi

Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel 4.7 diatas nilai cronbach's alpha, variabel pengetahuan lingkungan (0,756), sikap lingkungan (0.793), perilaku daur ulang (0,613) dan *green consumers behavior* (0,842) berada pada rentan 0,600 – 0,799 dan 0,800 – 1,000, Dengan demikian item pernyataan pada varibel Pengetahuan Lingkungan, Sikap Lingkungan, Perilaku Daur Ulang memiliki reliabilitas dengan kategori tinggi dan, *Green Consumers Behavior* memiliki reliabilitas dengan kategori sangat tinggi.

#### 4.8 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data

##### 4.8.1 Hasil Uji Normalitas

Untuk mengetahui data normal atau mendekati normal bisa dilakukan dengan Uji Non Parametrik One-Sample Kolmogorov – Smirnov Test pada SPSS. Hasil perhitungan uji normalitas sebagai berikut,

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Normalitas**

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Kesimpulan
Pengetahuan Lingkungan	0,711	0,05	Sig > Alpha	Normal
Sikap Lingkungan	0,272	0,05	Sig > Alpha	Normal
Perilaku Daur Ulang	0,221	0,05	Sig > Alpha	Normal
Green Consumers Behavior	0,087	0,05	Sig > Alpha	Normal

Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.8 One-Sample Kolmogorov Test-Smirnov diatas, menunjukkan bahwa nilai variabel pengetahuan lingkungan, sikap lingkungan, perilaku daur ulang dan *green consumers behavior* memiliki tingkat signifikan diperoleh data sig > Alpha maka variabel pengetahuan lingkungan, sikap lingkungan, perilaku daur ulang dan *green consumers behavior* berasal dari populasi berdistribusi normal.

#### 4.9 Hasil Uji Linieritas

Uji ini dilakukan untuk melihat apakah model regresi dapat didekati dengan persamaan linear dan uji ini bisaanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi ataupun regresi linear. Hasil uji linearitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut,

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Linieritas**

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Kesimpulan
Pengetahuan Lingkungan Terhadap Green Consumers Behavior	0,421	0,05	Sig > Alpha	Linier
Sikap Lingkungan Terhadap Green Consumers Behavior	0,353	0,05	Sig > Alpha	Linier
Perilaku Daur Ulang Terhadap Green Consumers Behavior	0,068	0,05	Sig > Alpha	Linier

Sumber : Data Diolah, 2022

- 1. Pengetahuan Lingkungan Terhadap *Green Consumers Behavior***  
Berdasarkan tabel 4.9 hasil perhitungan ANOVA table didapat nilai Sig pada baris *deviation from linearity*  $0,421 > 0,05$  maka  $H_0$  diterima yang menyatakan model regresi berbentuk linier.
- 2. Sikap Lingkungan Terhadap *Green Consumers Behavior***  
Berdasarkan tabel 4.9 hasil perhitungan ANOVA table didapat nilai Sig pada baris *deviation from linearity*  $0,353 > 0,05$  maka  $H_0$  diterima yang menyatakan model regresi berbentuk linier
- 3. Perilaku Daur Ulang Terhadap *Green Consumers Behavior***

Berdasarkan tabel 4.9 hasil perhitungan ANOVA table didapat nilai Sig pada baris *deviation from linearity*  $0,068 > 0,05$  maka  $H_0$  diterima yang menyatakan model regresi berbentuk linier

#### 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi atau hubungan yang kuat antara sesama variabel independen. Hasil uji tersebut adalah sebagai berikut,

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Variabel	VIF		Kondisi	Kesimpulan
Pengetahuan Lingkungan Terhadap <i>Green Consumers behavior</i>	1,371	10	VIF<10	Tidak ada gejala multikolinieritas
Sikap Lingkungan Terhadap <i>Green Consumers behavior</i>	1,387	10	VIF<10	Tidak ada gejala multikolinieritas
Perilaku Daur Ulang Terhadap <i>Green Consumers behavior</i>	1,525	10	VIF<10	Tidak ada gejala multikolinieritas

Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.10 hasil perhitungan pada tabel coefficient menunjukan nilai nilai VIF variabel pengetahuan lingkungan sebesar 1,371 ,VIF variabel sikap lingkungan sebesar 1,387 dan VIF variabel perilaku daur ulang sebesar 1,525, Dari semua variabel menunjukan nilai VIF setiap variabel  $< 10$  maka Tidak ada gejala multikolinieritas antar variabel independen terhadap variabel dependen.

#### 4.11 Hasil Analisis Data

##### 4.11.1 Regresi Linear Berganda

**Tabel 4.11**  
**Persamaan Regresi Linear Berganda**

Variable	B
(Constant)	11,107
Pengetahuan Lingkungan	0,329
Sikap Lingkungan	0,185
Perilaku Daur Ulang	0,172

Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.11 diatas merupakan hasil perhitungan regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS. Diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 11,107 + 0,329X_1 + 0,185X_2 + 0,172X_3$$

1. Nilai konstanta sebesar 11,107 yang berarti bahwa tanpa adanya pengetahuan lingkungan, sikap lingkungan dan perilaku daur ulang maka besarnya *green consumers behavior* adalah 11,107 satuan.
2. Koefisien pengetahuan lingkungan, artinya jika pengetahuan lingkungan naik sebesar satu satuan maka *green consumers behavior* akan meningkat sebesar 0,329 satu satuan
3. Koefisien sikap lingkungan, artinya jika sikap lingkungan naik sebesar satu satuan maka *green consumers behavior* akan meningkat sebesar 0,185 satu satuan.
4. Koefisien perilaku daur ulang, artinya jika perilaku daur ulang naik sebesar satu satuan maka *green consumers behavior* akan meningkat sebesar 0,172 satu satuan.

**Tabel 4.12**

**Hasil Uji Model Summary**

Variable	R (Korelasi)	R Square (Determinasi)
Pengetahuan Lingkungan, Sikap Lingkungan dan Perilaku Daur Ulang Terhadap Green Consumers Behavior	0,611	0,373

Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.12 diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi r square sebesar 0,373 artinya Pengetahuan Lingkungan, Sikap Lingkungan dan Perilaku Daur Ulang menjelaskan *Green Consumers Behavior* sebesar 37,3% dan sisanya 63,7% dijelaskan oleh variabel lain. Nilai r menunjukkan arah hubungan antara pengetahuan lingkungan, sikap lingkungan dan perilaku daur ulang memiliki

tingkat hubungan tinggi karena nilai  $r$  sebesar 0,611 berada pada rentang 0,600 – 0,799.

#### 4.13 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji t parsial digunakan untuk menguji apakah sebuah variabel bebas benar memberikan pengaruh terhadap variabel terikat. Hasil uji hipotesis secara parsial (Uji t) adalah sebagai berikut

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Variabel	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$	Kondisi	Kesimpulan
Pengetahuan Lingkungan Terhadap Green Consumers Behavior	4,115	1.980	$t_{hitung} > t_{tabel}$	Berpengaruh
Sikap Lingkungan Terhadap Green Consumers Behavior	2,539	1.980	$t_{hitung} > t_{tabel}$	Berpengaruh
Perilaku Daur Ulang Terhadap Green Consumers Behavior	2,018	1.980	$t_{hitung} > t_{tabel}$	Berpengaruh

Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.13 didapat perhitungan pada variabel pengetahuan lingkungan terhadap *green consumers behavior* diperoleh nilai  $t_{hitung}$  (4,115)  $>$   $t_{tabel}$  (1,980) nilai  $t_{tabel}$  diperoleh dari rumus ( $Df = N - K$ ) atau ( $120 - 2 = 118$ ), dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa pengetahuan lingkungan secara parsial berpengaruh terhadap *green consumers behavior* pada produk Rinso PT Unilever di Bandar Lampung.

Berdasarkan tabel 4.13 didapat perhitungan pada variabel sikap lingkungan terhadap *green consumers behavior* diperoleh nilai  $t_{hitung}$  (2,539)  $>$   $t_{tabel}$  (1,980) dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa sikap lingkungan secara parsial berpengaruh terhadap *green consumers behavior* pada produk Rinso PT Unilever di Bandar Lampung.

Berdasarkan tabel 4.13 didapat perhitungan pada variabel perilaku daur ulang terhadap *green consumers behavior* diperoleh nilai  $t_{hitung}$  (2,018)  $>$   $t_{tabel}$  (1,980) dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga

dapat disimpulkan bahwa perilaku daur ulang secara parsial berpengaruh terhadap green consumers behavior pada produk Rinso PT. Unilever di Bandar Lampung.

#### 4.14 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji f)

Uji f simultan digunakan untuk menguji apakah sebuah variabel bebas benar memberikan pengaruh terhadap variabel terikat. Hasil uji hipotesis secara parsial (Uji f) adalah sebagai berikut

**Tabel 4.14**

**Hasil Uji Simultan (Uji f)**

Variabel	$f_{hitung}$	$f_{tabel}$	Kondisi	Keterangan
Pengetahuan Lingkungan, Sikap Lingkungan Dan Perilaku Daur Ulang Terhadap Green Consumers Behavior	22,99	3,07	Sig < Alpha	Berpengaruh

Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.14 didapat perhitungan pada variabel pengetahuan lingkungan dan sikap lingkungan terhadap *green consumers behavior* diperoleh nilai  $t_{hitung}$  (22,99) >  $t_{tabel}$  (3,07), nilai  $t_{tabel}$  didapat melalui rumus  $df1 = k - 1$  ( $df1 = 3 - 1 = 2$ ) derajat pembilang 2 dan  $df2 = n - k$  ( $df2 = 120 - 3 = 117$ ), dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa pengetahuan lingkungan, sikap lingkungan, perilaku daur ulang secara simultan berpengaruh terhadap *green consumers behavior*.

#### 4.15 Pembahasan

##### 4.15.1 Pembahasan Pengetahuan Lingkungan Terhadap *Green Consumers Behavior*

Kesadaran konsumen akan timbul dan semakin kuat, jika mereka diberikan informasi dan pengetahuan yang lengkap dan akurat tentang isu lingkungan. Utami, K.S (2020) Wawasan dan pengetahuan konsumen menjadi faktor penting bagi upaya melakukan *go green* di Indonesia. Secara umum, pengetahuan masyarakat untuk menjaga

kelestarian lingkungan masih relatif rendah sehingga perlu mendapatkan perhatian serius (Jati & Waluyo, 2012).

Dalam hasil *Pra Survey* Pengetahuan Lingkungan terhadap *Green Consumers Behavior* Pada Produk Rinso PT. Unilever Indonesia di Bandar Lampung, bahwasanya masih kurang meratanya edukasi atau informasi media massa tentang kondisi lingkungan saat ini, sehingga *Green Consumers Behavior* belum mempengaruhi pada pengetahuan lingkungan itu sendiri pada saat *pra survey* berlangsung. Sehingga diperlukan bauran sebaran yang lebih merata dengan status sosial yang lebih tepat dengan kriteria yang ditentukan, sehingga mendapatkan hasil uji penelitian yang lebih tepat dan terarah.

Berdasarkan hasil (Uji-t) pada variabel pengetahuan lingkungan terhadap *green consumers behavior* diperoleh nilai  $t_{hitung} (4,115) > t_{tabel} (1,980)$ , dapat disimpulkan bahwa pengetahuan lingkungan secara parsial berpengaruh terhadap *green consumers behavior* pada produk rinso PT. Unilever di Bandar Lampung. Hasil tersebut didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Utami (2020) menyatakan bahwa pengetahuan lingkungan berpengaruh terhadap *green consumers behavior*, artinya jika pengetahuan lingkungan di tingkatkan maka *green consumers behavior* juga akan meningkat. Oleh karena itu produsen harus lebih mengencangkan pengetahuan akan pentingnya lingkungan agar *green consumers behavior* para konsumen dapat lebih meningkat sehingga *green product* yang mereka pasarkan akan lebih dilihat oleh para konsumen sebagai pilihan produk yang harusnya mereka gunakan, guna menjaga kelestarian lingkungan dan meningkatkan kepedulian mereka (para konsumen) kepada lingkungan itu sendiri. Bila tidak ceruk pasar *green consumers* tidak akan memilih *green product* yang mereka produksi dan pasarkan sebagai pilihan produk yang dipilih konsumen.

#### 4.15.2 Pembahasan Sikap Lingkungan Terhadap *Green Consumers Behavior*

Sikap dan perilaku seseorang dalam mengambil keputusan terhadap lingkungan menjadi salah satu faktor dalam usaha meningkatkan kualitas lingkungan. Artinya bahwa kepedulian lingkungan berhubungan secara positif dengan sikap. Utami, K.S (2020) Sikap merupakan bentuk evaluasi perasaan dan kecenderungan potensial untuk bereaksi yang merupakan hasil interaksi antara komponen kognitif, afektif, dan konatif (Azwar, 2010).

Dalam hasil *Pra Survey* Sikap Lingkungan terhadap *Green Consumers Behavior* Pada Produk Rinso PT. Unilever Indonesia di Bandar Lampung. Masih kurang nya masyarakat dalam berperan aktif menyikapi kondisi lingkungan, dan kesadaran bahwa dengan menggunakan produk ramah lingkungan dapat mengurangi kerusakan dan pencemaran lingkungan itu sendiri pada saat *pra survey* berlangsung. Sehingga diperlukan bauran sebaran yang lebih merata dengan status sosial yang lebih tepat dengan kriteria yang ditentukan, sehingga mendapatkan hasil uji penelitian yang lebih tepat dan terarah.

Berdasarkan hasil (Uji-t) pada variabel sikap lingkungan terhadap *green consumers behavior* diperoleh nilai  $t_{hitung} (2,539) > t_{tabel} (1,980)$  dapat disimpulkan bahwa sikap lingkungan secara parsial berpengaruh *green consumers behavior* pada produk rinso PT Unilever di Bandar Lampung. Hasil tersebut didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh risyi & Engriani, (2019) menyatakan bahwa sikap lingkungan berpengaruh terhadap *green consumers behavior*, artinya jika sikap lingkungan di tingkatkan maka *green consumers behavior* juga akan meningkat. Oleh karena itu produsen harus lebih meningkatkan pengetahuan akan pentingnya lingkungan agar *green consumers*

*behavior* para konsumen dapat lebih peka dan peduli dalam menyikapi kelestarian lingkungan yang saat ini menurun, sehingga *green product* yang di pasarkan akan lebih dilihat oleh para konsumen sebagai pilihan produk yang dapat membawa pengaruh positif dan berperan aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan. Dengan demikian diharapkan kepedulian sikap konsumen terhadap lingkungan dapat menjadi daya tarik sendiri bagi mereka untuk membeli dan menggunakan produk ramah lingkungan.

#### **4.15.3 Pembahasan Perilaku Daur Ulang Terhadap *Green Consumers Behavior***

Recycle (daur ulang) adalah proses untuk menjadikan suatu barang bekas menjadi barang baru dengan tujuan mencegah adanya sampah berserakan. Utami, K.S (2020) Untuk meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap keberlanjutan lingkungan dapat dilakukan melalui sosialisasi secara berkesinambungan tentang akibat yang ditimbulkan dari perilaku yang mengabaikan lingkungannya.

Dalam hasil *Pra Survey* Perilaku Daur Ulang terhadap *Green Consumers Behavior* Pada Produk Rinso PT. Unilever Indonesia di Bandar Lampung, bahwasanya hasil *pra survey* munjukan kurangnya peran masyarakat secara aktif dalam melakukan perilaku daur ulang terhadap *Green Consumers Behavior*, guna menjaga kelestarian lingkungan dan mengurangi pencemaran limbah plastik itu sendiri pada saat pra survey berlangsung. Sehingga diperlukan bauran sebaran yang lebih merata dengan status sosial yang lebih tepat dengan kriteria yang ditentukan, sehingga mendapatkan hasil uji penelitian yang lebih tepat dan terarah.

Berdasarkan hasil (Uji-t) pada variabel perilaku daur ulang terhadap *green consumers behavior* diperoleh nilai  $t_{hitung} (2,018) > t_{tabel} (1,980)$  dapat disimpulkan bahwa perilaku daur ulang secara parsial

berpengaruh terhadap *green consumers behavior* pada produk rinso PT Unilever di Bandar Lampung. Hasil tersebut didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Utami, K.S (2020) menyatakan bahwa perilaku daur ulang berpengaruh terhadap *green consumers behavior*, artinya jika perilaku daur ulang ditingkatkan maka *green consumers behavior* juga akan meningkat. Oleh karena itu produsen harus memberikan tindakan atau aksi yang nyata kepada konsumen tentang perilaku daur ulang apa saja yang bisa dan dapat dilakukan terhadap produk yang di jual atau dipasarkan, sehingga konsumen sebagai target pasar memahami dengan jelas tindakan yang harus dilakukan terhadap sumber daya sisa produk yang telah mereka pakai, guna meningkatkan peran aktif masyarakat dalam hal ini mereka sebagai konsumen untuk memilih produk produk ramah lingkungan terutama produk rinso PT Unilever sebagai produk peringkat 1 Top Brand Award ataupun produk ramah lingkungan lainnya.

#### **4.15.4 Pembahasan Pengetahuan Lingkungan, Sikap Lingkungan, Perilaku Daur Ulang Terhadap *Green Consumers Behavior***

Kesadaran konsumen akan timbul dan semakin kuat, jika mereka diberikan informasi dan pengetahuan yang lengkap dan akurat tentang isu lingkungan. Utami, K.S (2020) Wawasan dan pengetahuan konsumen menjadi faktor penting bagi upaya melakukan *go green* di Indonesia. Secara umum, pengetahuan masyarakat untuk menjaga kelestarian lingkungan masih relatif rendah sehingga perlu mendapatkan perhatian serius (Jati & Waluyo, 2012).

Sikap dan perilaku seseorang dalam mengambil keputusan terhadap lingkungan menjadi salah satu faktor dalam usaha meningkatkan kualitas lingkungan. Artinya bahwa kepedulian lingkungan berhubungan secara positif dengan sikap.

Utami, K.S (2020) Sikap merupakan bentuk evaluasi perasaan dan kecenderungan potensial untuk bereaksi yang merupakan hasil interaksi antara komponen kognitif, afektif, dan konatif (Azwar, 2010).

Recycle (daur ulang) adalah proses untuk menjadikan suatu barang bekas menjadi barang baru dengan tujuan mencegah adanya sampah berserakan. Utami, K.S (2020) Untuk meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap keberlanjutan lingkungan dapat dilakukan melalui sosialisasi secara berkesinambungan tentang akibat yang ditimbulkan dari perilaku yang mengabaikan lingkungannya.

Dalam hasil *Pra Survey* Pengetahuan Lingkungan, Sikap Lingkungan, Perilaku Daur Ulang terhadap *Green Consumers Behavior* Pada Produk Rinso PT. Unilever Indonesia di Bandar Lampung, bahwasanya kurangnya informasi masyarakat, kurangnya kesadaran masyarakat dan kurangnya peran aktif masyarakat dalam *green consumers behavior* menyebabkan pada saat pra survey dilaksanakan ketiga variable indikator tersebut kurang signifikan berpengaruh terhadap *green consumers behavior* itu sendiri. Sehingga diperlukan bauran sebaran yang lebih merata dengan status sosial yang lebih tepat dengan kriteria yang ditentukan, sehingga mendapatkan hasil uji penelitian yang lebih tepat dan terarah.

Berdasarkan (Uji-F) pada variabel pengetahuan lingkungan, sikap lingkungan, perilaku daur ulang terhadap *green consumers behavior* diperoleh nilai  $t_{hitung} (22,99) > t_{tabel} (3,07)$ , nilai  $t_{tabel}$  dapat disimpulkan bahwa pengetahuan lingkungan, sikap lingkungan, perilaku daur ulang secara simultan berpengaruh terhadap *green consumers behavior* pada produk rinso PT. Unilever Indonesia di Bandar Lampung.

Hasil tersebut didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Utami (2020) menyatakan bahwa pengetahuan lingkungan berpengaruh terhadap *green consumers behavior*, Hasil tersebut didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh risyi & Engriani, (2019) menyatakan bahwa sikap lingkungan berpengaruh terhadap *green consumers behavior*, Hasil tersebut didukung penelitian terdahulu yang dilakukan

oleh Utami, K.S (2020) menyatakan bahwa perilaku daur ulang berpengaruh terhadap *green consumers behavior*, artinya jika pengetahuan lingkungan, sikap lingkungan dan perilaku daur ulang ditingkatkan maka *green consumers behavior* juga akan meningkat.

Oleh karena itu produsen harus berperan aktif terhadap pembangunan *green consumers* agar ceruk pasar hijau dapat bertambah, dengan edukasi terhadap para konsumen tentang pengetahuan lingkungan, sikap lingkungan ataupun perilaku daur ulang mengenai *green product* yang di jual atau di pasarkan kepada para konsumen agar dapat memberikan daya tarik bagi mereka untuk menggunakan produk ramah lingkungan dalam perilaku dan berperan aktif menjaga juga melestarikan lingkungan. Konsumen akan lebih memahami bagaimana kondisi lingkungan serta pengaruh *green product* yang dipasarkan oleh produsen dapat tersampaikan serta meningkatkan perilaku konsumen akan produk ramah lingkungan secara aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan.