

**PENGARUH GREEN PERCEIVED VALUE, GREEN PERCEIVED RISK, DAN  
GREEN TRUST TERHADAP GREEN PURCHASING BEHAVIOR  
STUDI PADA PENGGUNA TAS BELANJA/TOTE BAG RITEL  
DI KOTA BANDUNG**

**Ratna Komala<sup>1</sup>, Citra Kusuma Dewi<sup>2</sup>**

**<sup>1</sup>Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom**

**<sup>2</sup>Dosen Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom**

**<sup>1</sup>Komalaratnaaa@gmail.com, <sup>2</sup>Citrakusumadewi@telkomuniversity.ac.id**

***Abstract***

*Indonesia is the second largest contributor of plastic waste in the sea in the world, causing the government to issue a policy to deal with plastic waste. The retail business association as the largest contributor of plastic waste follows the policy by providing environmentally friendly shopping bags / tote bags. Likewise, retailers in Bandung that have adopted the policy are Hypermart, Superindo, Borma, Yogya Group, Carrefour, Transmart, Lottemart, Indomaret, and Alfamart. The policy affects consumer behavior / green purchasing behavior. Green purchasing behavior is affected by many factors, one of them is green perceived value, green perceived risk, and green trust. This research aims to determine the effect of green perceived value, green perceived risk, and green trust on green purchasing behavior on retail shopping bag / tote bag users in Bandung. This research uses quantitative methods with descriptive and causal approaches. Population criteria are people who use retail shopping bags and samples of 100 respondents using nonprobability sampling (purposive sampling) techniques. The data collection was carried out through distributing questionnaires to the community in the city of Bandung. The analytical methods used are descriptive analysis and regression analysis using partial least square. This research found that green perceived value has a positive and significant effect on green trust, green perceived risk has a positive and significant effect on green trust, and green trust has a positive and significant effect on green purchasing behavior on retail shopping bag / tote bag users in Bandung.*

**Keywords:** *Green Perceived Value, Green Perceived Risk, Green Trust, Green Purchasing Behavior, Retail, Tote Bag*

**Abstrak**

Indonesia menjadi penyumbang sampah plastik di laut terbesar kedua di dunia, menyebabkan pemerintah mengeluarkan kebijakan untuk mengatasi sampah plastik. Asosiasi pengusaha ritel sebagai penyumbang sampah plastik terbesar mengikuti kebijakan tersebut dengan menyediakan tas belanja/tote bag yang ramah lingkungan. Begitu juga ritel di kota Bandung yang telah mengadopsi kebijakan tersebut adalah Hypermart, Superindo, Borma, Yogya Group, Carrefour, Transmart, Lottemart, Indomaret, dan Alfamart. Kebijakan tersebut mempengaruhi perilaku konsumen / *green purchasing behavior*. *Green purchasing behavior* dipengaruhi banyak faktor salah satunya *green perceived value*, *green perceived risk*, dan *green trust*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *green perceived value*, *green perceived risk*, dan *green trust* terhadap *green purchasing behavior* pada pengguna tas belanja/tote bag ritel di kota Bandung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan kausal. Kriteria populasi adalah masyarakat yang memakai tas belanja ritel dan sampel sebanyak 100 responden dengan menggunakan

teknik nonprobability sampling (purposive sampling). Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada masyarakat di wilayah kota Bandung. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi menggunakan *partial least square*. Penelitian ini menemukan bahwa *green perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *green trust*, *green perceived risk* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *green trust*, dan *green trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *green purchasing behavior* pada pengguna tas belanja/*tote bag* ritel di kota Bandung.

**Kata Kunci:** *Green Perceived Value, Green Perceived Risk, Green Trust, Green Purchasing Behavior, Ritel, Tote Bag*

## PENDAHULUAN

Berdasarkan hasil penelitian Jambeck (2015) Indonesia berada di urutan kedua dengan penyumbang sampah plastik di laut terbesar sebanyak 187,2 ton. Bahkan penelitian selanjutnya pada tahun 2018 Jambeck menyebutkan bahwa Indonesia masuk kedalam daftar 10 besar pengeksport sampah plastik ke china pada tahun 2016 (Kompas, 2019). Untuk mengatasi masalah sampah plastik tersebut Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan membuat kebijakan kantong plastik berbayar. kebijakan tersebut dituangkan dalam Surat Edaran Dirjen PSLB3 SE-06/PSLB3-PS/2015 tanggal 17 Desember 2015 tentang Langkah Antisipasi Penerapan Kebijakan Kantong Plastik Berbayar pada Usaha Ritel Modern kepada Gubernur, Walikota, Bupati, dan Dunia usaha. Lalu surat edaran kedua SE-08/PSLB3/PS/PLB.0/5/2016 diterbitkan pada 8 Juni 2016 (Diet Kantong Plastik, 2016). Surat edaran tersebut didukung oleh Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (APRINDO) yang menguji penerapan

kantong plastik di 22 kota di Indonesia yaitu Jakarta, Bandung, Bekasi, Depok, Bogor, Tangerang, Surakarta, Semarang, Surabaya, Denpasar, Palembang, Medan, Balikpapan, Banjarmasin, Makassar, Ambon, Papua, Jayapura, Pekanbaru, Banda Aceh, Kendari, dan Yogyakarta.

Kota Bandung merupakan salah satu kota yang ikut berpartisipasi menerapkan kebijakan kantong plastik berbayar. data pada tahun 2019 menunjukkan bahwa peritel merupakan penyumbang sampah plastik terbesar, bahkan di Kota Bandung sendiri 160 ton sampah (Okezone, 2018). Anggota ritel yang tergabung dalam asosiasi pengusaha ritel Indonesia (APRINDO) di kota Bandung sudah mengkampanyekan kebijakan tersebut. Ritel yang telah mengadopsi kebijakan tersebut dengan menyediakan tas belanja adalah Hypermart, Superindo, Borma, Yogya Group, Carrefour, Transmart, Lottemart, Indomaret, dan Alfamart.

Membawa tas belanja sendiri merupakan salah satu perilaku peduli

lingkungan. Perilaku peduli lingkungan adalah sikap dan tindakan yang selalu berupaya mencegah kerusakan pada lingkungan alam sekitarnya dan mengembangkan upaya untuk memperbaiki kerusakan alam yang sudah terjadi (Ithof, 2019). Menurut Khoiruman & Haryanto (2017) faktor seseorang menggunakan tas belanja yaitu, *green purchasing behavior*. *Green purchasing behavior* adalah kesadaran konsumen akan haknya untuk mendapat produk yang layak, aman, dan ramah lingkungan. Sementara faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *green purchasing behavior* adalah *green perceived value* sebagai penilaian konsumen dari semua manfaat yang diterima dan apa yang dikorbankan terhadap lingkungan. *Green perceived risk* adalah penilaian konsumen yang terkait dengan konsumsi negatif yang mungkin terjadi karena keputusan yang salah (Rahardjo, 2015). Sedangkan *green trust* kesediaan untuk bergantung pada suatu produk, layanan, atau merek berdasarkan kepercayaan yang dihasilkan dari kredibilitas pada kinerja lingkungan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas kebijakan pemerintah dalam pengurangan kantong plastik di ritel modern terhadap perubahan perilaku konsumen yang berorientasi pada kelestarian lingkungan.

## METODE PENELITIAN

### 1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan kelompok orang, kejadian, benda-benda yang menarik peneliti untuk ditelaah (Indrawati, 2015) Dalam penelitian ini yang menjadi kriteria populasi adalah masyarakat yang memakai tas belanja ritel dan akan disebar di wilayah kota Bandung.

### 2. Sampel

Teknik yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik *nonprobability sampling (purposive sampling)*. Dimana responden harus memiliki kriteria sebagai berikut :

- a) Masyarakat yang tinggal di kota Bandung
- b) Masyarakat yang memakai tas belanja dari peritel

Penelitian ini menggunakan tingkat ketelitian ( $\alpha$ ) 5% tingkat kepercayaan 95% sehingga diperoleh nilai  $Z = 1,96$ . Tingkat kesalahan ditentukan sebesar 10%. Sedangkan probabilitas kuesioner benar (diterima) atau ditolak (salah) masing-masing 0,5. Berdasarkan tingkat ketelitian, tingkat kepercayaan, nilai  $Z$ , tingkat kesalahan dan probabilitas diterima yang telah ditentukan maka selanjutnya dimasukkan kedalam persamaan rumus bernoulli :

$$n = \frac{1,96^2(0,5)(0,5)}{0,1^2}$$

$n = 96,04$  responden  $\approx 96$

Maka jumlah sampel yang diambil  $n \geq 96,04$  dan dibulatkan menjadi 100 sampel,

### 3. Uji Validitas dan Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017:121), instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengukuran reliabilitas digunakan untuk melihat sejauh apa hasil instrumen pengumpulan data tetap konsisten jika dilakukan pengukuran lebih dari sekali dengan instrumen yang sama. Syarat minimum yang dianggap memenuhi syarat adalah apabila koefisien Cronbach's Alpha ( $\alpha$ ) yang didapat 0,6, semakin dekat dengan 1,0 semakin baik, bila pada kisaran 0,70 bisa diterima dan lebih dari 0,80 adalah baik.

### 4. Uji Asumsi Klasik

Asumsi klasik adalah masalah normalitas, multikolinearitas, dan heterokedastisitas jika semua asumsi tersebut terpenuhi maka model regresi benar-benar signifikan dan mewakili.

### 5. Partial Least Square (PLS)

Partial Least Square (PLS) adalah salah satu metode statistika SEM (*Structural Equation Modelling*) berbasis varian yang didesain untuk menyelesaikan regresi berganda ketika permasalahan spesifik pada data, seperti ukuran sampel penelitian kecil, adanya data yang hilang (*missing values*) dan multikolinearitas. Tujuan PLS adalah memprediksi pengaruh variabel X terhadap dan menjelaskan hubungan teoritis di antara kedua variabel. Evaluasi model PLS dilakukan dengan evaluasi *outer model* dan *inner model* (Abdillah & Hartono, 2015).

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 1. Uji Validitas Dan Reliabilitas

Tabel 1  
Uji Validitas

Variabel	No.Item	r Hitung	r Tabel	Kesimpulan
Green Perceived Value ( $X_1$ )	1	0,475	0,361	Valid
	2	0,429	0,361	Valid

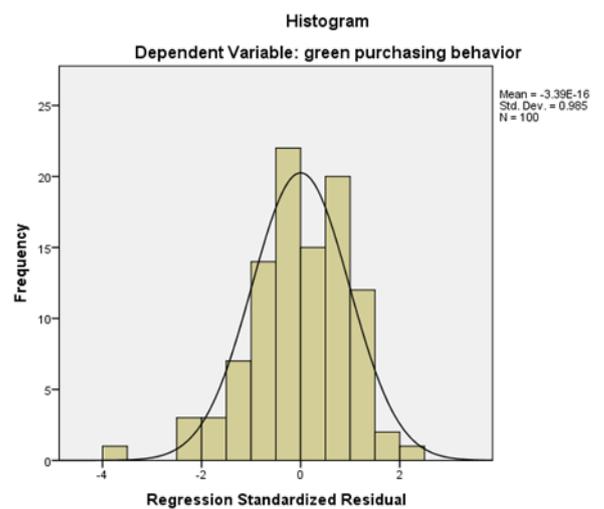
Green Perceived	3	0,436	0,361	Valid
<b>N Risk (X<sub>2</sub>)</b> <b>Cronbach</b> <b>Items</b> <b>'s Alpha</b>	<b>Batas</b> 4	<b>Ket.</b> 0,572	0,361	Valid
	5	0,405	0,361	Valid
	<b>12</b>	<b>0,862</b>	<b>0,6</b>	<b>Reliabel</b>
	6	0,449	0,361	Valid
<b>Green Trust (X<sub>3</sub>)</b>	7	0,752	0,361	Valid
	8	0,524	0,361	Valid
<b>Green Purchasing</b> <b>behavior (Y)</b>	9	0,702	0,361	Valid
	10	0,733	0,361	Valid
	11	0,477	0,361	Valid
	12	0,582	0,361	Valid

Dari tabel 1 dapat disimpulkan bahwa 12 pertanyaan yang digunakan dalam penelitian dinyatakan valid sebab r hitung lebih besar dari r tabel.

**Tabel 2**  
**Uji Reliabilitas**

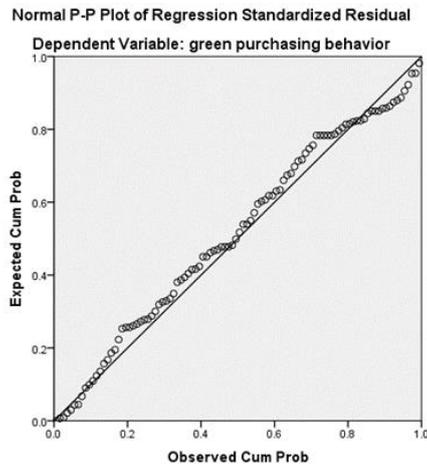
**2. Uji Asumsi Klasik**  
**a. Uji Normalitas**

Dari hasil uji reliabilitas diatas diperoleh nilai sebesar 0,862 maka reliabilitasnya dinyatakan baik karena melebihi batas kritis 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen pengujian (pertanyaan) tetap konsisten dan reliabel.



**Gambar 1**

Gambar 1 di atas memberikan interpretasi bahwa grafik histogram memiliki distribusi normal dapat dilihat dari grafik tersebut yang membentuk pola lonceng.



**Gambar 2**

Gambar 2 yang ditunjukkan oleh grafik normal probability plot menjelaskan bahwa data pada variabel yang digunakan dinyatakan berdistribusi normal.

**Tabel 3**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1919.435657
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.060
	Negative	-.077
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.152 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Pada tabel 3 terlihat bahwa *Asymp.Sig. (2 tailed)* adalah 0,152 dan di atas nilai signifikan (0,05), dengan kata lain variabel residual berdistribusi normal.

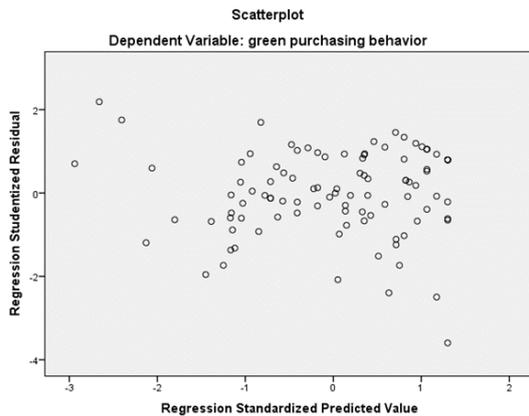
#### b. Uji Multikolinearitas

pada tabel 3 dapat dilihat bahwa nilai VIF *green perceived value* ( $X_1$ ), *green perceived risk* ( $X_2$ ), dan *green trust* ( $X_3$ ) <10 dan Tolerance > 0,1. Hal ini berarti tidak ditemukan masalah multikolinearitas dalam penelitian ini.

**Tabel 3 Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	170.768	1146,138		.149	.882		
Green perceived value	.586	.146	.338	4.021	.000	.672	1.489
Green perceived risk	.281	.102	.348	2.761	.007	.587	1.704
Green trust	.515	.173	.299	2.976	.004	.472	2.117

**c. Uji Heteroskedastisitas**



**Gambar 3**

Pada gambar 3 dapat dilihat bahwa diagram pencar tidak membentuk pola tertentu maka regresi tidak mengalami gangguan heteroskedastisitas.

**3. Partial Least Square (PLS)**

**a. Outer Model**

Tabel 4 menunjukkan bahwa hasil *outer loading* dari 12 item terdapat 2 item yang memiliki nilai < 0,7. Hasil tersebut

diperbolehkan selama hasil AVE > 0,5 seperti hasil uji *Average Variance Extractea* (AVE) diatas memiliki nilai > 0,5 (Ramayah, et al., 2018). Hal ini menunjukkan bahwa indikator dalam suatu variabel memiliki *convergent validity* yang cukup. Selanjutnya dilakukan uji kriteria fornell-larcker, hasil pada tabel 5 menunjukkan bahwa AVE dari variabel laten lebih tinggi dari korelasi kuadrat antara variabel laten lainnya. Pendekatan HTMT adalah perkiraan dari apa korelasi sebenarnya antara dua konstruksi (Henseler, et al., 2015). Hasil pada tabel 6 menunjukkan bahwa tidak ada kriteria HTMT yang lebih tinggi dari kriteria 0,85 (Henseler, et al., 2015).

**Tabel 4**

**Hasil Uji Validitas Konvergen**

Model	Measurement Item	Indicator	Internal	Convergent
		Reliability	Consistency	Validity
Construct		<b>Factor Loading (&gt;0,70)</b>	<b>CR (≥0,70)</b>	<b>AVE (&gt;0,50)</b>
<b>Green Perceived Value</b>	Dengan memakai tas belanja ritel (tote bag) saya merasakan manfaat sebanding dengan	0,908	0,821	0,847

	kelestarian lingkungan yang di dapat			
	Saya merasa harga tas belanja ritel (tote bag) sebanding dengan kelestarian lingkungan yang di dapat	0,932		
<b>Green Perceived Risk</b>	Jika menggunakan tas plastik maka akan timbul masalah limbah	0,852	0,731	0,577
	Jika menggunakan tas plastik maka akan timbul masalah banjir	0,850		
	Jika menggunakan tas plastik maka akan muncul masalah pencemaran tanah	0,822		
	Jika menggunakan tas plastik citra konsumen menjadi buruk	0,430		
<b>Green Trust</b>	Saya mempercayai reputasi tas belanja ritel (tote bag) terhadap lingkungan	0,939	0,788	0,865
	Saya percaya keamanan tas belanja ritel (tote bag) terhadap lingkungan	0,922		
<b>Green Purchasing Behavior</b>	Membeli tas belanja ritel (tote bag) karena peduli terhadap lingkungan	0,881	0,845	0,616

Membeli tas belanja ritel (tote bag) karena ramah lingkungan	0,866
Membeli tas belanja ritel (tote bag) karena harganya murah	0,703
Enggan menggunakan tas selain tas belanja ritel (tote bag)	0,666

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Validity Fornell-Larcker Criterion**

	Green Perceived Value	Green Percieved Risk	Green Purchasing Behaviour	Green Trust
Green Perceived Value	<b>0,920</b>			
Green Perceived Risk	0,422	<b>0,760</b>		
Green Trust	0,574	0,645	<b>0,930</b>	
Green Purchasing Behaviour	0,625	0,566	0,663	<b>0,785</b>

**Tabel 6**  
**Hasil Uji Validity HTMT Criterion**

	Green Perceived Value	Green Perceived Risk	Green Trust	Green Purchasing Behavior
Green Perceived Value				
Green Perceived Risk	0,527			
Green Trust	0,684	0,817		
Green Purchasing Behavior	0,761	0,753	0,799	

**b. Inner Model**

Model struktural dalam PLS dapat diukur dengan menggunakan *Lateral*

*Collinearity*, Effect size ( $f^2$ ), koefisien determinasi ( $R^2$ ), dan *Path Coefficient*

dengan software SmartPLS 3.0 yang dilakukan melalui proses bootstrapping.

Untuk menilai masalah collinearity tersebut, nilai VIF 5 atau lebih tinggi menunjukkan kemungkinan masalah collinearity (Hair, et al., 2017). Dalam tabel 7 menunjukkan bahwa semua nilai VIF kurang dari 5, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah *collinearity*.

Berdasarkan tabel 8 dapat dilihat bahwa nilai *R-square* dari variabel *green trust* adalah sebesar 0,527 artinya variasi perubahan variabel *green trust* dapat dijelaskan oleh variabel *green perceived value* dan *green perceived risk* adalah sebesar 52,7%, sedangkan sisanya 47,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Dimana nilai dianggap moderat karena berada diatas 0,33 (Ramayah, et al., 2018).

Selanjutnya nilai *R-square* dari variabel *green purchasing behavior* adalah sebesar 0,440 artinya variasi perubahan variabel *green purchasing behavior* dapat dijelaskan oleh variabel *green trust* sebesar 44% sedangkan sisanya 56% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Dimana nilai ini dianggap moderat karena berada diatas 0,33 (Ramayah, et al., 2018).

Menurut Ramayah, et al. (2018) untuk menilai  $f^2$  dapat dilihat dari ukuran efek untuk  $R^2$ , dimana  $> 0,35$  substansial,  $0,15$  medium,  $0,02$  small effect dan  $< 0,02$  tidak berpengaruh. Hasil pada tabel 4.14 menunjukkan bahwa *green perceived value* (0,235) memiliki efek kecil (*small*) dan *green perceived risk* (0,415) memiliki efek substansial dalam  $R^2$  untuk *green trust*. *green trust* (0,786) memiliki efek substansial dalam  $R^2$  untuk *green purchasing behavior*.

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Path Coefficient

**Tabel 7**  
**Path Coefficient dan Uji Hipotesis**

Path	Standar Beta	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik ( O/STDEV )	P Values	Hasil
Green Perceived Value ->	0,368	0,368	0,091	4,042	<b>0,000</b>	<b>Hipotesis Terbukti</b>

Green Trust						
Green Perceived Risk -> Green Trust	0,489	0,489	0,078	6,234	<b>0,000</b>	<b>Hipotesis Terbukti</b>
Green Trust -> Green Purchasing Behaviour	0,663	0,668	0,056	11,766	<b>0,000</b>	<b>Hipotesis Terbukti</b>

Berdasarkan tabel 9 dapat dijelaskan bahwa diperoleh nilai signifikansi dengan nilai t-statistik dari *green perceived value* terhadap *green trust* sebesar  $4,042 > 1,96$  dan nilai *path coefficient* positif dengan nilai original sample sebesar 0,368. Hal ini menunjukkan adanya hubungan antara *green perceived value* terhadap *green trust* adalah positif dan signifikan. Dengan demikian H<sub>1</sub> dalam penelitian ini diterima dan H<sub>0</sub> ditolak.

Berdasarkan tabel 9 dapat dijelaskan bahwa nilai signifikansi dengan nilai t-statistik dari *green perceived risk* terhadap *green trust* sebesar  $6,234 > 1,96$  dan nilai *path coefficients* positif dengan nilai original sample sebesar 0,489. Hal ini menunjukkan adanya hubungan antara *green perceived risk* terhadap *green trust*

adalah positif dan signifikan. Dengan demikian H<sub>2</sub> dalam penelitian ini diterima dan H<sub>0</sub> ditolak.

Berdasarkan tabel 9 dapat dijelaskan bahwa diperoleh nilai signifikansi dengan nilai t-statistik dari *green trust* terhadap *green purchasing behavior* sebesar  $11,766 > 1,96$  dan nilai *path coefficients* positif dengan nilai original sampel sebesar 0,663. Hal ini menunjukkan bahwa adanya hubungan antara *green trust* terhadap *green purchasing behavior* adalah positif dan signifikan. Dengan demikian H<sub>3</sub> dalam penelitian ini diterima dan H<sub>0</sub> ditolak.

## KESIMPULAN

Green perceived value berpengaruh positif dan signifikan terhadap green trust.

Hal ini menunjukkan bahwa responden telah memperoleh manfaat dari produk tas belanja ritel (*tote bag*) karena produk tersebut sebanding dengan kelestarian lingkungan yang di dapat.

Green Perceived Risk berpengaruh positif dan signifikan terhadap green trust. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat menyadari resiko negatif dari penggunaan kantong plastic terhadap lingkungan, sehingga responden ingin menghindari penggunaan kantong plastik yang memiliki dampak negatif pada lingkungan.

Green Trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap green purchasing behavior. Hal ini menunjukkan bahwa tas belanja ritel (*tote bag*) memiliki reputasi yang baik di mata responden karena responden telah percaya akan keamanan tas belanja tersebut terhadap lingkungan.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS): alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis*. Yogyakarta: Andi.

Hair, J., J.F, G.T.M, Hult., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Los Angeles: Sage Publications, Inc.

Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informatika*. . Bandung: PT.Refika Aditama. .

Ramayah, Cheah, J., Chuah, F., Ting, H., Memon, & Ali, M. (2018). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Kuala Lumpur: Pearson.

### Artikel in Press:

*Diet Kantong Plastik*. (2016). Surat edaran KLHK harga dan mekanisme penerapan kantong plastik berbayar: <http://www.dietkantongplastik.info>

*Kompas*. (2019, agustus).Yuk konsisten diet plastik: <https://lifestyle.kompas.com>

*Okezone*. (2018). Retrieved from 160 ton sampah plastik setiap harinya di bandung kebanyakan dari toko ritel: <https://news.okezone.com>

### Jurnal:

Ithof, M. (2019). Minimnya tingkat kesadaran dan akuntabilitas masyarakat terhadap lingkungan sekitar.

Henseler, J, Chin, W, W, & Fassott. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*.

Khoiruman, & Haryanto. (2017). Green Purchasing Behaviour Analysis of

Government Policy About Paid Plastic Bags. Indonesian journal of sustainability accounting and management.

Rahardjo, F. A. (2015). The roles of green perceived value, green perceived risk, and green trust towards green purchase intention of inverter air conditioner in surabaya. *iBuss Management Vol*