

**KONTRIBUSI *SOCIAL NORMS* DAN *PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL*
TERHADAP INTENSI PENGGUNAAN PRODUK *REUSABLE*
DALAM PERILAKU KONSUMSI *LATER ADOLESCENCE*
(STUDI PADA MAHASISWA S1 UNIVERSITAS HASANUDDIN)**

SKRIPSI

Pembimbing:
Elvita Bellani, S. Psi., M.Sc
Suryadi Tandiayuk, S. Psi., M. Psi., Psikolog

Disusun Oleh:
Dhence Ariana Patibang
Q11115009



**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS KEDOKTERAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2020**

**KONTRIBUSI *SOCIAL NORMS* DAN *PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL*
TERHADAP INTENSI PENGGUNAAN PRODUK *REUSABLE*
DALAM PERILAKU KONSUMSI *LATER ADOLESCENCE*
(STUDI PADA MAHASISWA S1 UNIVERSITAS HASANUDDIN)**

SKRIPSI

Diajukan untuk menempuh Ujian Sarjana
Pada Program Studi Psikologi
Fakultas Kedokteran
Universitas Hasanuddin

Pembimbing:

Elvita Bellani, S. Psi., M.Sc
Suryadi Tandiayuk, S. Psi., M. Psi., Psikolog

Disusun Oleh:

Dhence Ariana Patibang
Q11115009



**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS KEDOKTERAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2020**

Halaman Persetujuan

SKRIPSI

**KONTRIBUSI SOCIAL NORMS DAN PERCEIVED BEHAVIORAL
CONTROL TERHADAP INTENSI PENGGUNAAN PRODUK REUSABLE
DALAM PERILAKU KONSUMSI LATER ADOLESCENCE
(STUDI PADA MAHASISWA S1 UNIVERSITAS HASANUDDIN)**

disusun dan diajukan oleh :

DHENCE ARIANA PATIBANG
Q11115009

Telah disetujui untuk diajukan di hadapan Dewan Penguji Skripsi Program Studi
Psikologi, Fakultas Kedokteran, Universitas Hasanuddin :

Makassar, November 2020

Pembimbing I

Elvita Bellani, S. Psi., M. Sc
NIP. 19860418 201101 2020

Pembimbing II

Suryadi Tandiyuk, S. Psi., M. Psi., Psikolog
NIP. 19870922 202005 3001

Ketua Program Studi Psikologi
Fakultas Kedokteran
Universitas Hasanuddin

Dr. Ichlas Nanang Afandi, S.Psi., M.A
NIP. 198107252010121004

SKRIPSI

KONTRIBUSI *SOCIAL NORMS* DAN *PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL* TERHADAP
INTENSI PENGGUNAAN PRODUK *REUSABLE* DALAM PERILAKU KONSUMSI
LATER ADOLESCENCE
(STUDI PADA MAHASISWA S1 UNIVERSITAS HASANUDDIN)

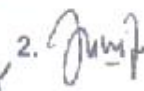
disusun dan diajukan oleh:

Dhence Ariana Patibang
Q11115009

Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
Pada tanggal 26 November 2020

Menyetujui,

Panitia Penguji

No.	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. Ichlas Nanang Afandi, S.Psi., M.A	Ketua	1. 
2.	Andi Juwita Amal, S. Psi., M. Psi., Psikolog	Sekretaris	2. 
3.	Sri Wahyuni, S. Psi., M. Psi., Psikolog	Anggota	3. 
4.	Elvita Bellani, S.Psi., M.Sc	Anggota	4. 
5.	Umniyah Saleh, S.Psi., M.Psi., Psikolog	Anggota	5. 
6.	Suryadi Tandiayuk, S.Psi., M.Psi., Psikolog	Anggota	6. 

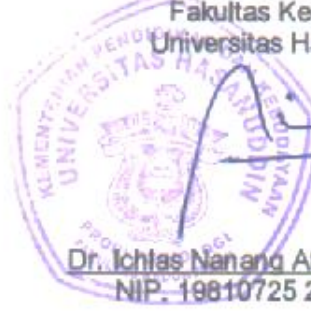
Mengetahui,

Wakil Dekan Bidang Akademik,
Riset dan Inovasi
Fakultas Kedokteran
Universitas Hasanuddin



Dr. dr. Irfan Idris, M.Kes
NIP. 19671103 199892 1 001

Ketua Program Studi Psikologi
Fakultas Kedokteran
Universitas Hasanuddin



Dr. Ichlas Nanang Afandi, S.Psi., M.A
NIP. 19810725 201012 1 004

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister dan atau doktor), baik di Universitas Hasanuddin maupun perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali Tim Pembimbing dan masukan Tim Penelaah/Tim Penguji.
3. Pada karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini telah saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini. Maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Makassar, 27 November 2020

Yang membuat pernyataan

 
Lence Ariana Patibang

ABSTRAK

Dhence Ariana Patibang, Q11115009, Kontribusi *Social Norms* dan *Perceived Behavioral Control* Terhadap Intensi Penggunaan Produk *Reusable* Dalam Perilaku Konsumsi *Later Adolescence* (Studi Pada Mahasiswa S1 Universitas Hasanuddin), Skripsi, Fakultas Kedokteran, Program Studi Psikologi, Universitas Hasanuddin, Makassar, 2020.
xvii, 79 halaman, 8 lampiran.

Tren gerakan peduli lingkungan salah satunya dapat dilakukan dengan memperhatikan aktivitas konsumsi yang mengurangi sampah sekali pakai melalui penggunaan produk *reusable*. Ciri khas konsumsi pada kalangan usia *later adolescence* yang cenderung praktis mempengaruhi keinginannya untuk menggunakan produk *reusable*. Keinginan tersebut dapat diterjemahkan sebagai intensi, yaitu faktor motivasional yang diberikan individu kepada dirinya sehingga mendorongnya untuk melaksanakan suatu perilaku tertentu. Intensi tersebut dibentuk dari dua prediktor, yaitu *social norms* yang berkaitan dengan persepsi norma yang berlaku dalam kelompok dan *perceived behavioral control* yang berkaitan dengan persepsi tingkat kemudahan dan kesulitan dalam melakukan suatu perilaku.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besaran kontribusi *social norms* dan *perceived behavioral control* terhadap intensi penggunaan produk *reusable*. Subjek yang berpartisipasi sebagai responden dalam penelitian ini berjumlah 394 orang mahasiswa S1 Universitas Hasanuddin. Hasil penelitian menunjukkan kontribusi *social norms* terhadap intensi sebesar 3,5% serta kontribusi *social norms* dan *perceived behavioral control* bersama-sama terhadap intensi sebesar 31%. Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived behavioral control* menjadi faktor prediktor efektif dalam penggunaan produk *reusable*.

Kata Kunci: Psikologi Konsumen, Perilaku Konsumsi, Intensi, *Social Norms*, *Perceived Behavioral Control*, Produk *Reusable*, *Later Adolescence*.
Daftar Pustaka 1982 2020

ABSTRACT

Dhence Ariana Patibang, Q11115009, Social Norms and Perceived Behavioral Control Contribution toward Intention in Later Adolescence Consuming Behavior Using Reusable Product (Studies in Undergraduate Students of Hasanuddin University), Minithesis, Medical Faculty, Departement of Psychology, Hasanuddin University, Makassar, 2020.
xvii, 79 pages, 8 appendix.

The pro-environmental behavior movement trend can be done by paying attention to consuming behavior that reduces single-use waste through the use of reusable products. The characteristic of consumption among the age group of later adolescence which tends to be practical that affects their desire to use reusable products. This desire can be translated as intention, namely the motivational factor that the individual gives to themselves that encourages them to perform a given behavior. This intention is formed from two predictors, which are social norms, that are related to the perception of norms that apply in the group and perceived behavioral control, that is related to the perception of the level of ease and difficulty in performing a given behavior.

This study aims to determine the amount of contribution of social norms and perceived behavioral control to the intended use of reusable products. Subjects who participated as respondents in this study were 394 undergraduate students of Hasanuddin University. The results showed that the contribution of social norms to intention was 3.5% and the contribution of both social norms and perceived behavioral control together to intention was 31%. In addition, this study also shows that perceived behavioral control is an effective predictor of the use of reusable products.

Keywords: psychology of consumer, consuming behavior, intention, social norms, perceived behavioral control, reusable products, later adolescence.
Bibliography 1982 2020

KATA PENGANTAR

Segala hormat dan puji-pujian kepada Tuhan pencipta langit dan bumi yang senantiasa memelihara dan mencurahkan cinta kasih-Nya kepada segenap ciptaan-Nya, yang secara khusus kehadiran-Nya menolong penulis untuk dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini. Penelitian ini berjudul “Kontribusi *Social Norms* dan *Perceived Behavioral Control* Terhadap Intensi Penggunaan Produk *Reusable* Dalam Perilaku Konsumsi *Later Adolescence* (Studi Pada Mahasiswa S1 Universitas Hasanuddin)” yang diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi di Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Hasanuddin. Penulis memilih penelitian ini didorong adanya keinginan untuk memahami anteseden dari minimnya penggunaan produk *reusable* di kalangan mahasiswa untuk mengurangi sampah konsumsi sekali pakai. Penulis berharap dengan adanya penelitian ini dapat memberikan *insight* baru secara khusus bagi pihak kampus untuk turut berpartisipasi dalam perilaku menjaga lingkungan melalui kontrol terhadap aktivitas konsumsi.

Penulisan skripsi ini hingga dapat rampung melibatkan banyak sekali bantuan, dukungan semangat hingga kasih sayang dari beberapa pihak. Penulis dengan hormat menyebutkan satu per satu pihak yang boleh berkontribusi dan berkolaborasi dalam menyelesaikan penelitian ini. Penulis mengirimkan ucapan terima kasih sekaligus doa kepada:

1. Kedua orang tua terkasih, Karel Patibang dan Almh. Damaris Taruk, S. Kep yang senantiasa sigap memberikan bantuannya sepanjang menyelesaikan skripsi ini. Meski pun Mama terkasih harus berpulang ditengah-tengah penyelesaian skripsi ini, seluruh cinta kasih, perhatian dan kata-kata penyemangat tetap terukir dalam benak penulis. Terima

kasih kepada Papa yang tetap tegar ditengah segala kesulitannya beradaptasi menjadi orang tua tunggal di setengah perjalanan menyelesaikan skripsi. Kiranya penghiburan dari Bapa kita dan damai sejahtera Allah mengiringi setiap langkah kehidupan Papa.

2. Kedua saudara terkasih, Deryanto Patibang, S.S dan Denson Patibang yang senantiasa sigap untuk mengantar jemput penulis selama mengurus berkas dan menyediakan dukungan kuota selama mengerjakan skripsi ini. Terima kasih telah tegar bersama menghadapi pengalaman yang diizinkan Tuhan hadir bagi kita bertiga. Segala saran dan masukan untuk kedepannya sangat berarti bagi penulis untuk kembali memaknai hidup.
3. Ibu Umniyah Saleh, S. Psi., M. Psi., Psikolog selaku dosen PA yang semenjak semester pertama berada di Prodi Psikologi senantiasa mendampingi penulis untuk bertumbuh dan melihat *character strength* yang terbentuk sepanjang berproses di prodi. Terima kasih untuk setiap masukan, dukungan dan perhatian selama penulis menjalani proses perkuliahan di Prodi Psikologi.
4. Ibu Elvita Bellani, S. Psi., M. Sc selaku Pembimbing 1 dan Bapak Suryadi Tandiyuk, S. Psi., M. Psi., Psikolog selaku Pembimbing 2. Terima kasih senantiasa memberikan arahan kepada penulis untuk menyempurnakan karya kolaborasi ini sehingga boleh terselesaikan. Terima kasih pula senantiasa melihat kekuatan dalam diri penulis sehingga dapat lebih mengapresiasi diri dalam prosesnya.
5. Ibu Sri Wahyuni, S. Psi., M. Psi., Psikolog selaku Pembahas 1 dan Bapak Muhammad Tamar, M. Psi selaku Pembahas 2. Terima kasih untuk segenap saran dan umpan balik terkait skripsi penulis yang sangat

membantu dalam menyempurnakan karya tersebut. Terima kasih pula untuk setiap apresiasi yang diberikan sehingga membuat penulis lebih percaya diri dengan hasil penelitian.

6. Bapak Dr. Ichlas Nanang Afandi, S. Psi., MA atas kebersediaannya menjadi bagian *expert review* alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini sekaligus Ketua Prodi Psikologi. Terima kasih untuk segenap umpan balik yang diberikan dan sangat membantu dalam mengoreksi alat ukur yang telah dibuat serta setiap masukan yang diberikan terkait skripsi.
7. Segenap Tim Dosen Program Studi Psikologi yang menjadi fasilitator dalam perkuliahan dan perkembangan pribadi penulis. Terima kasih untuk segenap ilmu, umpan balik dan kepercayaan kepada penulis untuk menjadi mahasiswa yang diarahkan menemukan fitrah diri. Semoga penulis dapat mempertanggungjawabkan segenap proses perkuliahan yang telah didapatkan sebelumnya.
8. Khaerina Nabila Khaeruddin, S. Psi alias Lala yang senantiasa berjalan berdampingan dengan penulis dari awal memprogram mata kuliah skripsi ini. Penulis sangat bersyukur boleh diberikan teman seperjuangan seperti Lala yang dengannya penulis merasa aman membagikan segala proses yang dialami. Terima kasih sudah berada di setiap suka dan duka penulis, menjadi tempat untuk meminta bantuan, menawarkan bantuan, mencurahkan energi dan waktu untuk memberikan umpan balik bagi penulis, hingga bersedia direpotkan 24 jam untuk bertanya. Penulis sangat bersyukur akhirnya bisa mencapai tujuan awal yaitu untuk wisuda bersama. Terima kasih untuk segenap usaha yang dikeluarkan untuk

membantu penulis berada di titik ini. Semoga Allah mencurahkan berkat dan kemudahan bagi kehidupan Lala berikutnya.

9. Gian C. Kalalembang, S. Ked, Christopel Tandirerung, S. KH, Apridey Rante Parinding, S. KG dan Aton Prasetya, S. Ked yang senantiasa menanyakan progres penulis terkait skripsi dan memberikan dukungan agar penulis tetap semangat untuk menyelesaikan studi. Terima kasih telah menjadi pendoa yang setia dan sahabat yang sangat baik hatinya. Kiranya kebajikan dan kemurahan belaka akan mengikutimu sepanjang hidup.
10. Teman-teman Polisi Skripsi (Yuki Qadriah, Felicia Sentosa, Nadya Oktaviani dan Vanessa Pinarto) yang senantiasa berproses bersama dengan penulis. Terima kasih sudah mau direpotkan menghubungi kenalan di berbagai fakultas untuk menyebarkan kuesioner penulis. Kiranya tetap semangat mencapai tujuan bersama kita yaitu untuk menyelesaikan studi.
11. Teman-teman Pengurus PMK FK-FKG Unhas Periode 2019/2020 yang menjadi pendoa bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan studi. Terima kasih untuk *sharing* dan *support* yang diberikan selama masa berproses sehingga penulis tetap membangun pengharapan dalam Kristus.
12. Afga Yudistikhar, S. Psi., Nurhafizhah, S. Psi., dan Evi Sumarlina, S. Psi. yang senantiasa memberikan energi positif kepada penulis menjelang ujian hasil dan tutup. Terima kasih segenap *sharing* yang diberikan kepada penulis sehingga dapat mempersiapkan diri dengan baik. Terima kasih juga senantiasa memasang telinga untuk setiap hal yang penulis bagikan sehingga dapat merasakan adanya perhatian terhadap penulis.

13. Segenap teman-teman yang senantiasa memberikan waktu dan energinya dalam proses penyusunan skripsi dan direpotkan untuk bertanya mengenai beberapa hal, antara lain Nuratthahirah Ansar, S. Psi., Umi Kalsum, S. Psi, Andi Rezka Fadillah, S. Psi., Afi Faizah Sihotang, S. Psi., Nahdliyani Nur, S. Psi., Yuli Wardani, S. Psi., Muhammad Mahruf, S. Psi., dan seluruh teman-teman MINDSIGHT angkatan 2015.
14. Teman seperjuangan mengurus jadwal ujian dan berkas wisuda, yaitu Calvin Hamiros, Hafizha Fasya dan Fatiha Rahmalita. Terima kasih senantiasa mengirimkan *reminder* di grup terkait hal-hal yang harus dipersiapkan dan memberikan dukungan doa ketika akan melaksanakan ujian.
15. Seluruh teman-teman yang membantu dalam proses penyebaran kuisioner penelitian. Terima kasih banyak atas kesediaan waktu, energi dan kesempatan menjalin relasi. Kiranya kita semua dapat senantiasa membangun rasa peduli sesama manusia.

Makassar, November 2020

Penulis,

Dhence Ariana Patibang

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Maksud, Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
1.3.1. Maksud Penelitian.....	11
1.3.2. Tujuan Penelitian	12
1.3.3. Manfaat Penelitian	12
1.3.3.1. Manfaat Teoritik.....	12
1.3.3.2. Manfaat Praktis.....	12
BAB II	13
2. 1. Produk Reusable	13
2. 2. Bentuk Konsumsi Later Adolescence.....	13
2. 3. Intensi	14
2. 4. Attitude Toward Behavior	16
2. 5. Perceived Behavioral Control	17
2. 5. 1. Definisi Perceived Behavioral Control.....	17
2. 5. 2. Faktor yang Mempengaruhi	18
2. 6. Social Norms.....	19
2. 6. 1. Definisi Social Norms	19
2. 6. 2. Aspek-aspek Social Norms.....	20
2. 6. 3. Faktor yang Mempengaruhi	22
2. 7. Hubungan Social Norms Terhadap Intensi	22
2. 8. Hubungan Social Norms dan Perceived Behavioral Control Terhadap Intensi	23
2. 9. Kerangka Konseptual Penelitian.....	24
2. 10. Hipotesis Penelitian.....	26
BAB III	28
3. 1. Jenis Penelitian	28
3. 2. Identifikasi Variabel Penelitian	28

3. 3.	Definisi Operasional Variabel	29
3. 4.	Populasi dan Sampel	31
3. 5.	Teknik Pengumpulan Data.....	31
3. 6.	Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	34
3. 6. 1.	Validitas Alat Ukur.....	34
3. 6. 2.	Reliabilitas Alat Ukur	38
3. 7.	Metode Analisis Data	40
3. 7. 1.	Analisis Deskriptif.....	40
3. 7. 2.	Uji Asumsi.....	41
3. 7. 2. 1.	Uji Normalitas.....	41
a.	Uji Normalitas <i>Social Norms</i> Terhadap Intensi	41
b.	Uji Normalitas <i>Social Norms</i> dan PBC Terhadap Intensi	42
3. 7. 2. 2.	Uji Linearitas	42
3. 7. 2. 3.	Uji Multikolinearitas.....	43
3. 8.	Prosedur Kerja.....	43
3. 8. 1.	Tahap Persiapan.....	43
3. 8. 2.	Tahap Pengambilan Data	44
3. 8. 3.	Tahap Analisis Data	45
3. 8. 4.	Tahap Penyusunan Laporan Penelitian	45
BAB IV		47
4.1.	Gambaran Karakteristik Responden Penelitian	47
4.1.1.	Karakteristik Responden Penelitian	47
4.1.2.	Analisis Deskriptif Variabel	54
4.2.	Hasil Uji Hipotesis.....	60
4.2.1.	Hasil Uji Model Pertama	61
4.2.2.	Hasil Uji Model Kedua.....	63
4.3.	Pembahasan	64
4.4.	Limitasi Penelitian.....	74
BAB V		75
5. 1.	Kesimpulan	75
5. 2.	Saran	75
5. 2. 1.	Bagi Pihak Kampus.....	75

5. 2. 2. Bagi Pihak Promotor	75
5. 2. 3. Bagi Peneliti Selanjutnya	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 <i>Blue print</i> Skala Intensi	32
Tabel 3. 2 <i>Blue Print</i> Skala Intensi Setelah Uji Validitas dan Pengukuran Aitem	32
Tabel 3. 3 <i>Blue Print</i> Skala <i>Social Norms</i>	33
Tabel 3. 4 <i>blue print</i> Skala <i>Social Norms</i> setelah uji validitas dan modifikasi	33
Tabel 3. 5 <i>Blue Print</i> Skala <i>Perceived Behavioral Control</i>	34
Tabel 3. 6 <i>Blue Print</i> Skala <i>Perceived Behavioral Control</i> Setelah Uji Validitas Dan Pengguguran	34
Tabel 3. 7 Nilai <i>Factor Loading</i> Skala Intensi Setelah CFA.....	37
Tabel 3. 8 Nilai <i>Factor Loading</i> Skala <i>Social Norms</i> Setelah CFA.....	37
Tabel 3. 9 Nilai <i>Factor Loading</i> Skala PBC Setelah CFA.....	38
Tabel 3. 10 Kriteria Derajat Reliabilitas Alat Ukur	39
Tabel 3. 11 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> Skala Intensi	39
Tabel 3. 12 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> Skala <i>Social Norms</i>	40
Tabel 3. 13 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> Skala <i>Perceived Behavioral Control</i>	40
Tabel 3. 14 Uji Normalitas <i>Social Norms</i> Terhadap Intensi	41
Tabel 3. 15 Uji Normalitas <i>Social Norms</i> Dan PBC Terhadap Intensi.....	42
Tabel 3. 16 Uji Linearitas Variabel Intensi Dan <i>Social Norms</i>	42
Tabel 3. 17 Uji Multikolinearitas <i>Social Norms</i> , PBC dan Intensi	43
Tabel 3. 18 <i>Timeline</i> Prosedur Kerja	45
Tabel 3. 19 <i>Timeline</i> Prosedur Kerja	46
Tabel 4. 1 Deskriptif Statistik Skala Intensi.....	54
Tabel 4. 2 Rumus Dan Hasil Penormaan Skor Intensi.....	55
Tabel 4. 3 Deskriptif Statistik Skala <i>Social Norms</i>	56
Tabel 4. 4 Rumus dan Hasil Penormaan Skor <i>Social Norms</i>	56
Tabel 4. 5 Deskriptif Statistik Skala PBC	58
Tabel 4. 6 Rumus dan Hasil Penormaan Skor PBC	58
Tabel 4. 7 Hasil Uji Regresi Sederhana.....	61
Tabel 4. 8 Hasil Uji Regresi Berganda Aspek <i>Social Norms</i>	62
Tabel 4. 9 Hasil Uji <i>Hierarchical Linear Regression</i>	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual Penelitian	26
Gambar 3. 1 Arah hubungan variabel X1, X2 dan Y	29
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Suku Bangsa	48
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Suku Bangsa	48
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Suku Bangsa	49
Gambar 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Suku Bangsa	49
Gambar 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Suku Bangsa	50
Gambar 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan.....	51
Gambar 4. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Fakultas	52
Gambar 4. 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Produk <i>Reusable</i> yang Dimiliki.....	53
Gambar 4. 10 Penormaan Skor Intensi Responden	55
Gambar 4. 11 Penormaan Skor <i>Social Norms</i> Responden	57
Gambar 4. 12 Penormaan Skor PBC Responden	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Lembar Persetujuan (<i>Informed Consent</i>) Responden Penelitian...	81
Lampiran 2: <i>Form</i> Identitas	82
Lampiran 3: Skala Pengukuran	85
Lampiran 4: <i>Model Fit</i> Skala Intensi.....	93
Lampiran 5: <i>Model Fit Social Norms</i>	96
Lampiran 6: <i>Model Fit Perceived Behavioral Control</i>	100
Lampiran 7: Hasil Ujian Asumsi	103
Lampiran 8: Hasil Uji Hipotesis	106

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Aktivitas konsumsi yang berkelanjutan (*sustainable consumption*) menjadi salah satu tren yang terus muncul di masa kini. Hal tersebut nampak dari sejumlah gerakan kampanye dengan tujuan untuk mempromosikan penggunaan produk yang dapat digunakan berulang kali (*reusable*) yang diinisiasi berbagai kalangan. Selain itu, sejumlah pihak juga mulai menciptakan dan menjual berbagai produk yang dianggap lebih ramah lingkungan dan meminimalisir jumlah sampah yang dihasilkan dari aktivitas konsumsi. Upaya-upaya tersebut muncul untuk mendorong konsumen agar mengubah aktivitas konsumsi menjadi lebih minim sampah dengan cara menggunakan produk *reusable* yang dianggap ramah lingkungan.

Brosekhan dan Velayutham (2013) menyebutkan bahwa individu perlu mempertimbangkan atribut dari produk yang akan dikonsumsi, termasuk keberlanjutan produk tersebut setelah dikonsumsi. Pertimbangan tersebut masuk sebagai bagian dari tahapan yang disebut dengan *pre-purchase* yang merupakan tahapan awal individu ketika akan melaksanakan konsumsi (Brosekhan & Velayutham, 2013). Pentingnya memperhatikan keberlanjutan produk saat memilih produk yang akan dikonsumsi sangat berpengaruh pada jumlah sampah yang dihasilkan dari sisa konsumsi.

Pada kenyataannya, aktivitas konsumsi di Indonesia masih minim dalam hal memperhatikan keberlanjutan produk. Hal tersebut nampak dari status Indonesia sebagai negara penyumbang sampah terbesar kedua di dunia (Kumala, 2018; Putri, 2017). Sampah tersebut berasal dari sisa aktivitas konsumsi yang paling

banyak bersumber dari konsumsi harian, utamanya produk makanan dan minuman yang hanya sekali pakai (Sompotan, 2017). Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam pemenuhan kebutuhan untuk bertahan hidup, masyarakat lebih memilih melaksanakan konsumsi praktis yang berdampak pada jumlah sampah yang dihasilkan.

Kaum muda merupakan golongan usia yang populasinya cukup dominan di Indonesia. Kaum muda bahkan disebut sebagai bagian penting dari suatu masyarakat yang berperan sebagai penjaga masa depan lingkungan (Mogomotsi, Mogomotsi, Gondo, & Tshenolo, 2018). Tanggung jawab tersebut pun menjadikan kaum muda untuk terlibat aktif dalam melakukan tindakan-tindakan menjaga lingkungan.

Usia dari kaum muda (*adolescence*) sendiri menurut Papalia dan Olds (2001) berada pada rentang usia belasan hingga dua puluhan awal. Selanjutnya, Newman dan Newman membaginya menjadi dua kelompok berdasarkan rentang usia yang lebih spesifik. Rentang yang pertama yaitu dari usia 12 hingga 18 tahun yang disebut kelompok *early adolescence* dan rentang yang kedua yaitu dari usia 18 hingga 24 tahun yang disebut kelompok *later adolescence* (Newman & Newman, 2012).

Bentuk aktivitas konsumsi kaum muda memiliki ciri khasnya sendiri. Kaum muda dalam melakukan aktivitas konsumsinya cenderung mengedepankan beberapa pertimbangan, seperti aksesibilitas, keterjangkauan, serta kualitas yang baik dari suatu produk (Naderi & Steenburg, 2018). Sehingga, dengan demikian mengurangi atau bahkan menghindari produk yang menimbulkan ketidaknyamanan, memerlukan pengorbanan yang banyak, bahkan produk dengan daya guna yang rendah, yang mana fitur-fitur tersebut umumnya

ditemukan pada produk berlabel *green product*. Hal tersebut menjadikan bentuk aktivitas konsumsi kaum muda cenderung memilih produk yang memenuhi pertimbangan yang pertama dan mengarahkan kaum muda untuk memilih produk yang praktis.

Wawancara dengan 5 orang responden mahasiswa Universitas Hasanuddin sebagai kaum muda menghasilkan informasi bahwa dalam aktivitas konsumsi harian, responden cenderung memilih produk-produk sekali pakai untuk makanan dan minuman. Produk sekali pakai dipilih karena responden merasa aktivitas konsumsi praktis jauh lebih mudah untuk dilakukan, yang mana hal ini berkaitan dengan kenyamanan menggunakan produk serta *cost* yang minim dikeluarkan untuk menggunakan produk tersebut. Hasil dari bentuk aktivitas tersebut mengarah pada jumlah sampah sisa konsumsi yang meningkat.

Ajzen (1991) menyebutkan bahwa intensi yang dimiliki individu berpengaruh terhadap perilaku. Intensi dapat diartikan sebagai gambaran akan faktor motivasional yang dimiliki individu dalam menunjukkan suatu perilaku tertentu (Ajzen, 1991; Sheeran, 2002). Intensi sebagai faktor motivasional berarti bahwa intensi memiliki kekuatan untuk memprediksi kecenderungan berperilaku individu, sehingga arah hubungannya bersifat positif terhadap perilaku (*actual behavior*). Semakin besar intensi yang dimiliki individu terhadap suatu perilaku tertentu, maka semakin mungkin perilaku tersebut diwujudkan menjadi *actual behavior*. Demikian juga apabila intensi semakin kecil, maka perilaku tersebut semakin minim kemungkinannya untuk diwujudkan menjadi *actual behavior*.

Kaum muda secara khusus *later adolescence*, cenderung nyaman melaksanakan konsumsi praktis dan menimbulkan adanya indikasi keinginan yang rendah untuk mempertimbangkan keberlanjutan produk yang dikonsumsi.

Keinginan tersebut dapat diterjemahkan sebagai faktor motivasional dalam diri individu yang juga disebut dengan intensi. *Theory of planned behavior* menyebutkan bahwa rendahnya intensi dalam diri individu akan berpengaruh terhadap minimnya kemungkinan untuk mewujudkan intensi tersebut menjadi sebuah perilaku nyata (Ajzen, 1991). Sehingga, diduga *later adolescence* yang cenderung melaksanakan konsumsi praktis terindikasi memiliki intensi yang rendah untuk mempertimbangkan keberlanjutan produk yang dikonsumsi.

Salah satu cara untuk melaksanakan konsumsi yang berkelanjutan ialah menggunakan produk *reusable* (Farida, 2015). Hal tersebut dimuat dalam konsep 3R yaitu *reduce*, *reuse*, dan *recycle* yang diusungkan oleh pemerintah sebagai solusi untuk mengurangi sampah plastik terutama sekali pakai (Farida, 2015). Individu dapat meminimalisir jumlah sampah sekali pakai yang dihasilkannya dengan mengganti produk konsumsinya menjadi produk *reusable*. Produk *reusable* berarti produk yang memiliki kapasitas untuk digunakan kembali tanpa terjadi perubahan kondisi (Cooper & Gutowski, 2015).

Penilaian yang dimiliki individu terhadap suatu perilaku tertentu akan mengarahkan kecenderungan berperilakunya. Individu akan menilai suatu perilaku melalui konsekuensi yang ditimbulkan serta hasil evaluasinya terhadap perilaku tersebut (Ajzen, 1991). Perilaku yang dievaluasi dan menghasilkan konsekuensi positif akan cenderung membuat individu menerima perilaku tersebut (bersikap *favorable*). Sebaliknya, perilaku yang dievaluasi dan menghasilkan konsekuensi negatif akan cenderung membuat individu menolak perilaku tersebut (bersikap *unfavorable*).

Penilaian yang dibangun oleh individu berkontribusi dalam pembentukan intensi terhadap perilaku tersebut. Ajzen (1991) menyebutkan bahwa penilaian

harus bersifat *favorable* untuk membentuk intensi yang tinggi. Suatu perilaku harus dinilai memiliki konsekuensi yang positif untuk memotivasi individu agar ingin mewujudkannya menjadi *actual behavior*.

Kampanye untuk mengajak masyarakat mengurangi sampah sekali pakai telah menjadi tren di masa kini. Beberapa fokus kampanye diantaranya diet kantong plastik, gerakan tidak menggunakan sedotan plastik, ajakan membawa atau menggunakan botol minum pakai ulang, dan lain sebagainya (CNN Indonesia, 2019). Kampanye tersebut bahkan melibatkan sejumlah komponen seperti masyarakat, aktivis, lembaga atau organisasi yang peduli terhadap lingkungan, hingga beberapa restoran cepat saji.

Adanya kampanye tersebut ternyata berdampak pada terbentuknya penilaian positif tentang mengurangi sampah sekali pakai yang dapat dilakukan dengan menggunakan produk *reusable*. Hal tersebut dinyatakan dalam wawancara bersama responden mahasiswa S1 Universitas Hasanuddin yang menyatakan bahwa mereka percaya terhadap penggunaan produk *reusable* dapat mengurangi jumlah sampah plastik hasil konsumsi, terutama konsumsi harian. Responden percaya bahwa penggunaan produk *reusable* dapat menyelamatkan lingkungan dari kerusakan akibat sampah konsumsi harian yang lama atau bahkan tidak terurai.

Meski penilaian positif terhadap penggunaan produk *reusable* telah terbentuk, nampaknya belum cukup kuat untuk mendorong individu membentuk intensi yang kuat pula. Hal tersebut nampak dari pernyataan responden yang mengatakan bahwa mereka merasa belum terlalu terdorong untuk mewujudkan perilaku penggunaan produk *reusable* meskipun menilai bahwa perilaku tersebut dapat mengurangi sampah plastik sekali pakai sebagai sisa konsumsi.

Responden mengatakan masih lebih memilih menggunakan produk sekali pakai dalam aktivitas konsumsi hariannya dengan alasan kemudahan dalam menggunakannya. Padahal, responden telah membeli beberapa produk *reusable* namun masih jarang digunakan.

Ajzen (1991) menyebutkan bahwa terdapat faktor lain yang berkontribusi dalam pembentukan intensi, yaitu *perceived behavioral control* dan *subjective norms*. Keduanya berperan dalam pembentukan intensi melalui cara yang berbeda. *Perceived behavioral control* mempengaruhi intensi melalui persepsi yang dibentuk mengenai tingkat kesulitan atau kemudahan dari melaksanakan perilaku tertentu (Ajzen, 1991). *Subjective norms* mempengaruhi intensi melalui persepsi yang terbentuk mengenai apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan individu berdasarkan pendapat dari orang-orang yang dianggap penting oleh individu tersebut (Ajzen, 1991).

Ketiga faktor prediktor pembentuk intensi tersebut bekerja secara relatif, yang mana salah satu faktor prediktor dapat menjadi pembentuk dominan intensi (Ajzen, 1991). Individu akan lebih mempertimbangkan salah satu faktor tersebut untuk membentuk intensi yang kuat. Sehingga meskipun faktor lainnya bersifat positif atau *favorable*, belum mampu membentuk intensi yang kuat dan mendorong individu untuk mewujudkannya menjadi *actual behavior*.

Intensi untuk melakukan konsumsi berupa penggunaan produk *reusable* nampaknya didorong kedua faktor lain pembentuk intensi, yaitu *perceived behavioral control* dan *subjective norms*. Kedua faktor tersebut nampaknya menjadi faktor yang berperan relatif, faktor yang lebih dipertimbangkan oleh individu untuk melaksanakan konsumsi dengan menggunakan produk *reusable*.

Gambaran mengenai *perceived behavioral control* pada diri Mahasiswa S1 Universitas Hasanuddin terlihat dalam hasil wawancara yang menyebutkan bahwa sebagian besar responden merasa kesulitan melaksanakan konsumsi berkelanjutan yang secara spesifik pada penggunaan produk *reusable*. Responden mengatakan bahwa mereka sering lupa untuk membawa botol minuman dan sedotan sendiri karena merasa kerepotan serta terkadang lebih ingin melaksanakan konsumsi praktis seperti *take away* atau membeli yang telah tersedia di *market*. Selain itu, responden juga merasa alternatif yang tersedia masih sangat sedikit untuk melaksanakan konsumsi berkelanjutan dengan menggunakan produk *reusable*. Informasi tersebut menunjukkan bahwa responden mempersepsikan terdapat hambatan yang besar, baik dari internal maupun eksternal, untuk memilih menggunakan produk *reusable* dalam melaksanakan aktivitas konsumsinya.

Selain itu, penelitian terkait konsumsi berkelanjutan melalui produk ramah lingkungan dilakukan oleh Naderi dan Steenburg (2018) terhadap sejumlah *later adolescence* terutama yang berstatus mahasiswa. Penelitian tersebut menghasilkan kesimpulan bahwa faktor terkuat yang mempengaruhi aktivitas konsumsi ramah lingkungan pada kalangan *later adolescence* terletak pada sumber daya yang dimiliki (Naderi & Steenburg, 2018). *Later adolescence* merasa bahwa dirinya memiliki sumber daya yang terbatas, yang dalam penelitian tersebut merujuk pada sumber dana (finansial) dan kapasitas fisik (Naderi & Steenburg, 2018). Hasil penelitian menjadi sebuah informasi bahwa *later adolescence* menganggap terdapat hambatan berupa keterbatasan sumber daya untuk melaksanakan perilaku konsumsi berkelanjutan.

Individu yang mengidentifikasi dirinya memiliki kapasitas atau sumber daya yang minim untuk melaksanakan suatu perilaku tertentu, akan membentuk persepsi bahwa terdapat hambatan yang besar untuk melaksanakan perilaku tersebut (Sparks, Guthrie, & Shepherd, 1997). Hambatan tersebut dianggap sebagai bentuk kontrol yang minim atas suatu perilaku. Persepsi yang terbentuk tentang hambatan tersebut akan mempengaruhi intensi untuk melaksanakannya menjadi perilaku nyata. Semakin besar hambatan yang dipersepsikan, semakin minim intensi yang terbentuk untuk melaksanakan perilaku tersebut (Ajzen, 1991).

Besarnya hambatan yang dipersepsikan dalam melaksanakan konsumsi dengan produk *reusable* menjadi indikasi faktor pendorong terbentuknya intensi yang rendah. *Later adolescence* yang mempersepsikan adanya hambatan dan merasa terbatas secara kapasitas untuk melaksanakan perilaku tersebut akan merasa memiliki kontrol yang minim. Akibat dari persepsi akan kontrol yang minim tersebut, *later adolescence* merasa sulit untuk melakukan konsumsi dengan produk *reusable* dan intensi untuk melaksanakannya pun rendah. Sehingga, dapat dikatakan bahwa nampaknya terdapat indikasi *perceived behavioral control* yang negatif sebagai faktor relatif dari terbentuknya intensi yang rendah dalam hal melaksanakan konsumsi dengan produk *reusable* di kalangan *later adolescence*.

Selain *perceived behavioral control* yang rendah, faktor lain yang diduga juga mempengaruhi rendahnya intensi ialah faktor normatif. Faktor tersebut berkaitan dengan norma-norma yang berlaku di suatu kelompok tertentu. Menurut *theory of planned behavior* milik Ajzen, faktor normatif pembentuk intensi diwakilkan oleh *subjective norms*.

Penelitian yang dilakukan oleh Armitage dan Conner (1999) menyebutkan bahwa *subjective norms* menjadi faktor prediktor yang paling lemah dalam pembentukan intensi dalam diri individu. Pernyataan yang serupa juga dikemukakan oleh White dan rekan-rekannya bahwa *subjective norms* masih memiliki keterbatasan dalam mempengaruhi intensi yang terbentuk terhadap suatu perilaku tertentu (White, Smith, Terry, Greenslade, & Mckimmie, 2009). Hal tersebut mungkin disebabkan *subjective norms* belum sepenuhnya mampu menggambarkan *normative belief* dalam diri individu (Armitage & Conner, 1999). Sehingga, faktor normatif tersebut perlu diperluas dari *subjective norms* menjadi *social norms* yang mencakup bentuk-bentuk *normative beliefs* lainnya.

Social norms menurut Cialdini dan Trost (1998) berkaitan dengan bagaimana sebuah norma mengarahkan perilaku individu ketika berada dalam situasi yang ambigu. Norma yang hadir tersebut menjadi solusi yang mampu mendeskripsikan dan menjelaskan tingkah laku yang pada umumnya muncul dalam situasi tertentu (Cialdini & Trost, 1998). Sehingga, norma tersebut dijadikan standar atau aturan yang dipahami oleh orang-orang yang berada dalam kelompok tersebut dengan tujuan untuk mengarahkan atau membatasi tingkah lakunya dalam lingkungan sosial (Cialdini & Trost, 1998).

Hasil wawancara dengan subjek menunjukkan bagaimana gambaran *social norms* pada aktivitas konsumsi di kalangan *later adolescence*. Subjek menyatakan alasannya belum ingin mengubah pola aktivitas konsumsi menjadi produk *reusable* karena melihat orang-orang disekitarnya belum bertingkah laku demikian. Subjek menilai bahwa pada umumnya mereka melihat orang-orang lebih banyak masih menggunakan produk sekali pakai, seperti misalnya ketika mengonsumsi minuman. Sehingga, subjek merasa bahwa menggunakan produk

sekali pakai sebagai sesuatu yang wajar dilakukan karena orang-orang disekitar pun melakukan hal demikian.

Berdasarkan hal tersebut, muncul dugaan bahwa individu belum mengubah aktivitas konsumsi menggunakan produk *reusable* dikarenakan secara sosial hal tersebut belum menjadi norma di kelompok. Aktivitas konsumsi menggunakan produk *reusable* merupakan sesuatu yang dianggap baru. Sehingga situasi pemilihan produk tersebut dianggap ambigu oleh individu dan pemilihan produk dalam kelompok sosial menjadi referensi valid yang dianggap normal dilakukan dalam situasi ambigu tersebut. Individu pun akan cenderung mengikuti pilihan yang diambil oleh orang-orang di dalam kelompok.

Hal tersebut menunjukkan bahwa *social norms* masih bernilai negatif terhadap aktivitas konsumsi menggunakan produk *reusable*. *Social norms* yang negatif tersebut diduga berkontribusi terhadap rendahnya intensi untuk menggunakan produk *reusable* dalam aktivitas konsumsi. Merujuk pada teori Ajzen (1991), *social norms* dan intensi memiliki arah hubungan yang positif, yaitu ketika *social norms* bernilai positif maka akan membentuk intensi yang tinggi.

Secara garis besar, terdapat dugaan bahwa intensi yang dimiliki kaum muda, khususnya *later adolescence* dalam mengubah pola aktivitas konsumsinya menjadi produk *reusable* dibangun dari dua faktor prediktor yaitu *perceived behavioral control* dan *social norms*. *Perceived behavioral control* yang negatif diduga berkontribusi terhadap persepsi yang terbentuk atas minimnya kontrol yang dimiliki individu untuk melaksanakan konsumsi dengan produk *reusable*. *Social norms* yang juga negatif diduga berkontribusi terhadap persepsi yang terbentuk mengenai tingkah laku yang umumnya dilakukan ketika berada dalam situasi ambigu.

Penelitian terkait intensi penggunaan produk *reusable* pada kalangan *later adolescence* ini dirasa penting untuk diteliti disebabkan beberapa alasan. Pertama, penelitian ini dapat memberi petunjuk mengenai besarnya kontribusi dari tiap faktor prediktor dalam membentuk intensi melaksanakan konsumsi dengan menggunakan produk *reusable*. Kedua, peneliti belum menemukan penelitian di wilayah Indonesia yang mengungkapkan mengenai intensi penggunaan produk *reusable* pada kalangan *later adolescence*. Dengan demikian, peneliti merasa topik penelitian ini menjadi sesuatu yang penting dan menarik untuk dikaji.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ialah sebagai berikut:

1. Apakah *social norms* berkontribusi terhadap intensi memilih menggunakan produk *reusable* pada Mahasiswa S1 Universitas Hasanuddin?
2. Apakah *social norms* dan *perceived behavioral control* berkontribusi secara bersama-sama terhadap intensi memilih menggunakan produk *reusable* pada Mahasiswa S1 Universitas Hasanuddin?

1.3. Maksud, Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Penelitian ini bermaksud untuk memahami kontribusi *social norms* secara parsial dan *social norms* bersama-sama *perceived behavioral control* terhadap intensi memilih menggunakan produk *reusable* dalam aktivitas konsumsi pada Mahasiswa S1 Universitas Hasanuddin.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui apakah *social norms* berkontribusi terhadap intensi memilih menggunakan produk *reusable* pada Mahasiswa S1 Universitas Hasanuddin.
2. Mengetahui apakah *social norms* dan *perceived behavioral control* berkontribusi secara bersama-sama terhadap intensi memilih menggunakan produk *reusable* pada Mahasiswa S1 Universitas Hasanuddin.

1.3.3. Manfaat Penelitian

1.3.3.1. Manfaat Teoritik

Manfaat teoritik dari penelitian ini ialah menambah wawasan di bidang psikologi, khususnya psikologi konsumen dan psikologi lingkungan. Penelitian ini juga dapat memberikan informasi terkait besaran kontribusi variabel yang mempengaruhi aktivitas konsumsi individu, khususnya pada intensi memilih menggunakan produk *reusable* di kalangan usia dewasa spesifiknya *later adolescence* (18-24 tahun).

1.3.3.2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini ialah dapat digunakan untuk memberikan edukasi kepada masyarakat dengan melibatkan penjelasan dari variabel prediktor pembentuk intensi penggunaan produk *reusable*. Selain itu, penelitian ini juga dapat digunakan sebagai rujukan dalam melaksanakan berbagai intervensi perilaku konsumen sehingga perilaku memilih menggunakan produk *reusable* dapat terwujud.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2. 1. Produk Reusable

Salah satu cara untuk melaksanakan konsumsi yang berkelanjutan ialah menggunakan produk *reusable* (Farida, 2015). Hal tersebut dimuat dalam konsep 3R yaitu *reduce*, *reuse*, dan *recycle* yang diusungkan oleh pemerintah sebagai solusi untuk mengurangi sampah plastik terutama sekali pakai (Farida, 2015). Individu dapat meminimalisir jumlah sampah sekali pakai yang dihasilkannya dengan mengganti produk konsumsinya menjadi produk *reusable*.

Produk *reusable* berarti produk yang memiliki kapasitas untuk digunakan kembali tanpa terjadi perubahan kondisi (Cooper & Gutowski, 2015). Contoh produk *reusable* yang umumnya digunakan untuk konsumsi harian ialah botol minum (*tumbler*), kotak makan (*lunch box*), serta set alat makan (sendok, garpu, sumpit, pipet). Selain digunakan untuk konsumsi harian, produk *reusable* juga tersedia untuk keperluan dapur lainnya seperti *container box* untuk menyimpan makanan dibandingkan menggunakan kantong plastik.

2. 2. Bentuk Konsumsi Later Adolescence

Generasi muda merupakan bagian penting dari suatu masyarakat serta berperan sebagai penjaga masa depan lingkungan (Nguyen, 2017). Tanggung jawab tersebut mewajibkan generasi muda untuk terlibat aktif dalam melakukan perilaku-perilaku yang menjaga lingkungan. Generasi muda tersebut bahkan mendapatkan pembekalan mengenai cara berkontribusi untuk menjaga lingkungan dengan sejumlah program baik yang berasal dari pemerintah maupun instansi lainnya.

Generasi muda sendiri terdiri dari individu yang berada pada rentang usia belasan hingga dua puluhan awal. Papalia dan Olds (2001) mengelompokkan rentang usia 12 tahun hingga awal 20an tersebut menjadi *adolescence* (remaja). Sementara Newman dan Newman (2012) membagi rentang usia tersebut menjadi dua kelompok yaitu *early adolescence* (remaja awal) dan *later adolescence* (remaja akhir). Pada kelompok *early adolescence*, rentang usia individu ialah antara 12 hingga 18 tahun dan pada kelompok *later adolescence* berada pada rentang usia antara 18 hingga 24 tahun (Newman & Newman, 2012).

Bentuk aktivitas konsumsi kaum muda memiliki ciri khasnya sendiri. Kaum muda dalam melakukan aktivitas konsumsinya cenderung mengedepankan beberapa pertimbangan, seperti aksesibilitas, keterjangkauan, serta kualitas yang baik dari suatu produk (Naderi & Steenburg, 2018). Sehingga, dengan demikian mengurangi atau bahkan menghindari produk yang menimbulkan ketidaknyamanan, memerlukan pengorbanan yang banyak, bahkan produk dengan daya guna yang rendah, yang mana fitur-fitur tersebut umumnya ditemukan pada produk berlabel *green product*. Hal tersebut menjadikan bentuk aktivitas konsumsi kaum muda cenderung memilih produk yang memenuhi pertimbangan yang pertama dan mengarahkan kaum muda untuk memilih produk yang praktis.

2. 3. Intensi

Triandis (1980) mendefinisikan intensi sebagai instruksi yang diberikan individu kepada dirinya untuk berperilaku dalam cara-cara tertentu. Intensi juga dapat dipahami sebagai gambaran akan faktor motivasional yang dimiliki individu dalam menunjukkan suatu perilaku tertentu (Ajzen, 1991; Sheeran, 2002). Intensi

ini meliputi arah yaitu melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku, serta intensitas yaitu seberapa banyak waktu dan usaha yang individu siapkan untuk melaksanakan perilaku tersebut (Ajzen, 1991; Sheeran, 2002). Informasi tersebut memberi pemahaman bahwa intensi dapat didefinisikan sebagai faktor motivasional yang diberikan individu kepada dirinya sehingga mendorongnya untuk melaksanakan suatu perilaku tertentu.

Intensi sebagai faktor motivasional berarti bahwa intensi memiliki kekuatan untuk memprediksikan kecenderungan berperilaku individu. Kadar intensi yang dimiliki individu untuk suatu perilaku tertentu akan menentukan seberapa mungkin perilaku tersebut diwujudkan menjadi *actual behavior*. Ajzen (1991) mengatakan bahwa semakin besar intensi individu untuk terlibat dalam suatu perilaku, semakin besar kemungkinan individu tersebut mewujudkan perilaku tersebut (*actual behavior*) dan demikian sebaliknya (Ajzen, 1991, 2006; Sheeran, 2002). Informasi tersebut menunjukkan bahwa arah hubungan antara intensi dengan *actual behavior* ialah hubungan positif.

Teori perilaku terencana (*theory of planned behavior*) menyebutkan bahwa terdapat tiga variabel prediktor yang mempengaruhi terbentuknya intensi terhadap perilaku tertentu dalam diri individu (Ajzen, 1991, 2006; Madden, Pamela, & Ajzen, 1992). Variabel prediktor tersebut diantaranya ialah *attitude toward behavior*, *subjective norms*, dan *perceived control behavior* (Ajzen, 1991; Madden et al., 1992). Selain mempengaruhi terbentuknya intensi, ketiga variabel prediktor tersebut juga saling mempengaruhi satu sama lain (Ajzen, 1991).

Ajzen dan Fishbein (2005) mengatakan bahwa ketiga variabel prediktor tersebut mempengaruhi pembentukan intensi secara relatif. Individu membentuk intensi dengan mempertimbangkan ketiga variabel prediktor tersebut

berdasarkan tujuan yang ingin dipenuhi individu tersebut (Ajzen & Fishbein, 2005). Pada suatu tujuan tertentu, individu lebih mempertimbangkan *perceived behavioral control* dibandingkan *attitude toward behavior*, atau lebih mempertimbangkan *subjective norms* dibandingkan *perceived behavioral control*.

Terdapat faktor yang mempengaruhi intensi individu, yaitu nilai dari variabel prediktornya. Ajzen (2006) menyebutkan bahwa terdapat suatu aturan umum untuk memahami cara kerja variabel prediktor dalam mempengaruhi terbentuknya intensi. Aturan tersebut ialah *attitude* dan *subjective norms* harus bernilai *favorable*, serta individu memiliki *perceived behavioral control* yang besar atau kuat (positif) untuk melaksanakan perilaku tertentu (Ajzen, 1991, 2006). Intensi akan semakin besar apabila aturan tersebut terpenuhi. Sebaliknya, intensi menjadi kurang optimal apabila salah satu dari aturan tersebut tidak terpenuhi.

2. 4. Attitude Toward Behavior

Attitude yang dimiliki individu terhadap suatu perilaku berkembang dari *belief* yang diinternalisasi individu tersebut terkait perilaku yang dimaksud. Individu mengasosiasikan perilaku tersebut dengan beberapa atribut seperti misalnya karakteristik, kejadian, bahkan perilaku lain. Selain itu, individu juga menilai konsekuensi yang ditimbulkan oleh perilaku tersebut. Dengan demikian, *attitude* menghubungkan suatu perilaku tertentu dengan konsekuensi tertentu pula.

Attitude menurut Azjen (1991) berkaitan dengan kadar dimana individu memiliki penilaian *favorable* atau *unfavorable* terhadap suatu perilaku tertentu. Penilaian *favorable* dan *unfavorable* tersebut dibentuk dari penilaian individu akan baik maupun tidak baiknya suatu perilaku serta keyakinan individu akan konsekuensi yang timbul ketika melaksanakan perilaku yang dimaksud. Semakin individu menilai perilaku tersebut baik atau positif serta memiliki konsekuensi

yang diinginkan, semakin *attitude* terbentuk kearah penilaian *favorable*. Sebaliknya, individu yang menilai suatu perilaku termasuk buruk atau negatif dan memiliki konsekuensi yang tidak diinginkan, maka *attitude* yang terbentuk semakin kearah *unfavorable*.

2. 5. Perceived Behavioral Control

2. 5. 1. Definisi Perceived Behavioral Control

Ajzen (1991) mendefinisikan *perceived behavioral control* sebagai persepsi individu akan tingkat kemudahan atau kesulitan ketika akan melaksanakan suatu perilaku tertentu. Ajzen (1991) juga menyebutkan bahwa *perceived behavioral control* mendorong individu untuk memperhitungkan pengalaman masa lalu dan mengantisipasi rintangan yang akan dihadapinya. Hal tersebut diperlukan agar individu dapat membangun persepsi tentang sejauhmana dirinya mampu melaksanakan suatu perilaku tertentu.

Perceived behavioral control terbentuk dari *control beliefs* yang dimiliki individu (Ajzen, 1991). *Control beliefs* tersebut dibangun dari pengalaman masa lalu individu akan suatu perilaku spesifik serta informasi *second-hand* terkait perilaku spesifik tersebut (Ajzen, 1991). Informasi *second-hand* didapatkan dari pengalaman kenalan atau teman serta faktor lainnya yang meningkatkan atau menurunkan persepsi sulitnya melaksanakan perilaku spesifik tersebut (Ajzen, 1991). Persepsi tingkat kesulitan tersebut nantinya akan membentuk persepsi tentang kapasitas yang dimiliki individu untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Hal tersebutlah yang menyebabkan *perceived behavioral control* individu bervariasi dalam berbagai situasi atau tindakan.

Resources dan *opportunity* yang cukup serta minimnya tantangan atau kesulitan yang ada dapat mendorong individu untuk merasa mampu dan dengan

demikian menganggap dirinya memiliki kontrol untuk melaksanakan perilaku yang dimaksud. Sementara *resources* dan *opportunity* yang minim dan besarnya tantangan atau kesulitan yang ada justru membuat individu merasa tidak berdaya dan dengan demikian menganggap dirinya tidak dapat melaksanakan perilaku tersebut karena tidak memiliki kontrol terhadap perilaku. Pada model TPB yang diajukan Ajzen, kekuatan persepsi kontrol yang terbentuk tersebut dapat memprediksi suatu kecenderungan (intensi) berperilaku individu bahkan juga dapat mempengaruhi langsung suatu perilaku (*actual behavior*).

2. 5. 2. Faktor yang Mempengaruhi

Terdapat dua faktor yang secara umum mempengaruhi *perceived behavioral control* yang dimiliki individu, diantaranya:

1. Internal Control

Suatu perilaku dianggap berada dibawah kontrol secara internal ketika individu mempersepsikan bahwa dirinya memiliki kontrol atas *personal resources* (Kidwell & Jewell, 2003). *Personal resources* yang dimaksud seperti keterampilan yang dibutuhkan, kepercayaan diri, serta kemampuan untuk melaksanakan suatu perilaku (Armitage & Conner, 1999). Individu yang memiliki *perceived internal control* yang tinggi semakin mungkin untuk melaksanakan suatu perilaku yang dimaksudkan karena merasa memiliki *power/control* (Kidwell & Jewell, 2003).

2. External Control

Suatu perilaku juga dapat secara eksternal dikontrol ketika perilaku tersebut dipersepsikan mudah untuk dilaksanakan (Kidwell & Jewell, 2003). Hal tersebut berarti suatu perilaku secara relatif terbebas dari pengaruh eksternal atau ekstrinsik yang berperan sebagai penghalang untuk

melaksanakan perilaku tersebut (Kidwell & Jewell, 2003). Individu semakin mungkin untuk melaksanakan suatu perilaku apabila perilaku tersebut dipersepsikan mudah untuk dilaksanakan (Kidwell & Jewell, 2003).

2. 6. Social Norms

2. 6. 1. Definisi Social Norms

Social norms didefinisikan sebagai berbagai aturan atau standar yang dipahami oleh anggota dalam suatu kelompok (Cialdini & Trost, 1998). Aturan atau standar tersebut menjadi penuntun dan/atau membatasi perilaku sosial tanpa adanya tekanan secara hukum (Cialdini & Trost, 1998). *Social norms* tersebut dapat memuat ekspektasi sosial terkait dengan perilaku individu, ekspektasi dari orang-orang penting terkait dengan perilaku individu, ekspektasi diri sendiri terkait perilaku individu, hingga standar yang berkembang dari observasi individu atas perilaku orang lain (Cialdini & Trost, 1998).

Opp (1982) mengungkapkan bahwa sebagian besar norma yang menuntun aktivitas harian individu dibentuk dari tindakan yang ditampakkan oleh orang lain dan mendapatkan *reward* secara berulang, baik secara langsung maupun melalui berbagai *vicarious reinforcement* dari orang lain dalam suatu masyarakat. Tindakan yang ditampakkan kemudian menjadi pilihan respon terhadap situasi khusus disebabkan adanya kekuatan *reward* atas tindakan tersebut.

Pilihan tersebut menjadi semakin kuat bergantung pada adanya kesempatan untuk mengomunikasikannya diantaranya orang-orang yang terdapat dalam kelompok tersebut (Opp, 1982). Orang-orang tersebut selanjutnya membolehkan tindakan itu untuk diteruskan kepada orang lain. Kelompok tersebut pun seyogianya merupakan unit yang kohesif serta memiliki *value* yang serupa. Selain itu, kelompok pun perlu merasa bahwa tindakan tersebut penting bagi

kelompok itu sendiri. Cara tersebut merupakan proses yang perlu dialami suatu tindakan (norma) sehingga menjadi sesuatu yang diterima dan diinternalisasi oleh anggota dalam suatu kelompok.

Karakteristik yang penting untuk dimiliki suatu norma ialah norma tersebut dianggap ada apabila dibagikan kepada orang lain (Cialdini & Trost, 1998). Norma yang dibagikan atau dikomunikasikan tersebut dapat memiliki dampak terhadap perilaku individu (Cialdini & Trost, 1998). Norma dianggap sebagai sistem *shared belief* yang mana untuk mengukurnya diperlukan perspektif dari sistem psikologis individu serta sistem sosiokultural dimana individu tersebut berada (Cialdini & Trost, 1998).

2. 6. 2. Aspek-aspek Social Norms

Aspek-aspek dari *social norms* menurut Cialdini dan Trost (1998) diantaranya:

1. *Descriptive Norms*

Aspek *descriptive norms* berkaitan dengan apa yang biasanya orang lain lakukan ketika berada dalam situasi tertentu (Cialdini & Trost, 1998). Individu yang berada dalam situasi baru atau ambigu akan cenderung untuk bergantung pada realitas sosial yang ditampilkan oleh individu lainnya. Individu yang menghadapi suatu situasi baru atau situasi yang ambigu, akan mengobservasi lingkungan untuk mengetahui apa yang dianggap normal dilakukan. Semakin banyak jumlah individu lainnya yang memunculkan respon yang sama terhadap situasi tersebut, semakin individu mempersepsikan bahwa respon tersebut benar. Probabilitas keberhasilan yang tinggi juga menjadi salah satu indikator penilaian individu untuk mengikuti suatu norma sosial yang nampak di situasi baru atau situasi ambigu tersebut. Kata 'keberhasilan' merujuk pada tindakan

yang dianggap paling efektif ketika berada dalam situasi baru atau situasi ambigu.

2. *Injunctive Norms*

Aspek *injunctive norms* berkaitan dengan persepsi individu tentang tindakan yang kebanyakan orang lain setuju (*approve*) atau tidak setuju (*disapprove*). Aspek ini secara spesifik menunjukkan suatu tindakan yang harus dilakukan individu dan tindakan tersebut merupakan aturan moral didalam suatu kelompok. *Injunctive norms* mendorong munculnya suatu tindakan dengan adanya *social rewards* atau bahkan *punishment* terkait tindakan tersebut. *Social reward* yang dimaksud berupa penerimaan atau popularitas dalam kelompok, sementara *punishment* yang dimaksud berupa sanksi sosial serta sanksi hukum. Bentuk norma ini merupakan yang paling mudah menyebar dan memiliki kekuatan yang besar.

3. *Subjective Norms*

Aspek *subjective norms* berkaitan dengan persepsi seseorang terhadap apa yang harus dilakukan dan dihindari ketika bertindak. Persepsi tersebut dibangun dari pandangan atau anggapan orang-orang yang dianggap penting oleh individu tersebut. Keluarga dan teman sebaya merupakan orang-orang yang biasanya dianggap penting oleh individu. Pandangan atau anggapan orang-orang yang dianggap penting tersebut dijadikan sebagai referensi yang akan membentuk keinginan individu untuk mengikutinya.

4. *Personal Norms*

Aspek *personal norms* berkaitan dengan standar atau ekspektasi yang berasal dari diri sendiri berkaitan dengan suatu tindakan yang bersumber

dari nilai-nilai yang telah diinternalisasi. Norma ini dibangun dari ekspektasi yang dibagikan dalam interaksi sosial. Individu bertindak tertentu sebagai fungsi untuk menjaga *sense of self-worth* dan menghindari *self-concept distress*. Hal tersebut berarti individu bertindak tertentu untuk memenuhi kebutuhan dalam mengevaluasi diri secara positif dan merasa nyaman dengan diri sendiri.

2. 6. 3. Faktor yang Mempengaruhi

Terdapat faktor yang mempengaruhi *social norms*, yaitu kadar *salient*. Norma yang semakin menonjol terlihat dalam lingkungan sosial akan semakin mungkin untuk mendapatkan fokus atau perhatian individu (Kallgren et al., 2000). Hal tersebut disebabkan menonjolnya suatu norma membuat norma tersebut mudah untuk diidentifikasi (meningkatkan *arousal*) oleh individu yang berada dalam suatu lingkungan sosial. Norma yang diidentifikasi oleh individu memiliki kemampuan yang lebih kuat dalam mengatur perilaku individu dalam lingkungan sosialnya.

2. 7. Hubungan Social Norms Terhadap Intensi

Social norms sebagai aturan atau standar yang mengarahkan perilaku sosial individu didalam kelompok perlu dikomunikasikan sehingga dapat menjalankan fungsinya sebagai pengarah perilaku sosial (Cialdini & Trost, 1998). Semakin suatu norma menonjol dalam kelompok, semakin besar kemungkinan norma tersebut mendapat perhatian individu dan dengan demikian dapat diinternalisasi individu. Adanya *reward* yang mengikuti suatu perilaku tertentu didalam kelompok bahkan dapat menjadi pendorong bagi individu untuk melakukan perilaku tersebut.

Terbentuknya *social norms* yang menonjol dalam suatu kelompok dapat memberikan pengaruh terhadap keinginan individu untuk melakukan perilaku tertentu. Individu membangun dorongan yang kuat ketika sebagian besar dari orang-orang dalam kelompok juga melakukan perilaku yang dimaksud. Individu akan menganggap bahwa perilaku tersebut merupakan standar atau aturan yang berlaku sehingga individu pun harus ikut melakukan perilaku yang dimaksud. Selain itu, individu juga akan menganggap bahwa perilaku menonjol yang telah menjadi norma dalam kelompok tersebut merupakan pilihan yang efektif dan adaptif saat individu berada dalam situasi baru yang ambigu (Heath & Gifford, 2002).

Social norms tidak dapat menjalankan fungsinya sebagai pengarah perilaku sosial individu ketika norma tersebut tidak secara serempak dilakukan oleh orang-orang dalam kelompok. Individu akan kesulitan mengidentifikasi bahkan menginternalisasi suatu norma ketika norma tersebut tidak menonjol dalam kelompok. Hal tersebut disebabkan norma tidak mendapatkan perhatian atau fokus individu sehingga individu tidak dapat mengenali norma tersebut. Dengan demikian, *social norms* tersebut tidak dapat memberikan dampaknya dalam membangun dorongan yang kuat dalam diri individu untuk melaksanakan perilaku tertentu.

2. 8. Hubungan Social Norms dan Perceived Behavioral Control Terhadap Intensi

Theory of planned behavior merumuskan bahwa intensi terhadap perilaku tertentu dibentuk atau dipengaruhi oleh faktor-faktor prediktornya, dalam hal ini *social norms* dan *perceived behavioral control*. Kedua faktor prediktor ini memberikan prediksinya terhadap intensi dengan cara yang berbeda. Pada

social norms, individu membangun persepsi mengenai aturan atau standar perilaku yang berlaku dalam suatu kelompok tertentu untuk selanjutnya akan mengarahkan perilaku individu dalam kelompok sosial tersebut. Semakin individu dapat mengidentifikasi aturan atau standar yang berlaku, semakin besar pula dorongan atau intensi individu untuk turut mewujudkannya menjadi perilaku. Sementara, pada *perceived behavioral control* individu membangun persepsi mengenai seberapa mampu dirinya melaksanakan suatu perilaku dengan mengacu pada kontrol yang dimilikinya yang dapat mendukungnya melaksanakan perilaku yang dimaksudkan. Semakin besar faktor pendukung dan minimnya hambatan atau kesulitan yang timbul akan membentuk rasa kontrol yang besar untuk dapat melaksanakan perilaku tertentu.

Kedua faktor prediktor tersebut perlu memenuhi suatu aturan yang ditetapkan oleh Ajzen sehingga dapat membentuk dorongan atau intensi yang kuat. Aturan tersebut ialah *social norms* harus bernilai *favorable* artinya individu mampu mengidentifikasi dan menginternalisasi aturan yang berlaku dalam kelompok serta *perceived behavioral control* harus bernilai kuat atau positif yang artinya individu merasa mampu atau memiliki kontrol untuk melaksanakan perilaku tersebut. Dengan terpenuhinya aturan tersebut, dapat membangun intensi yang kuat dan menggambarkan kecenderungan berperilaku individu yang mana perilaku tertentu akan semakin mungkin untuk dilakukan.

2. 9. Kerangka Konseptual Penelitian

Minimnya keinginan *later adolescence* untuk melaksanakan konsumsi berkelanjutan kemungkinan merupakan representasi dari rendahnya intensi untuk melaksanakan bentuk konsumsi yang demikian. Intensi menurut Ajzen (1991) merupakan salah satu prediktor yang dapat menentukan suatu perilaku

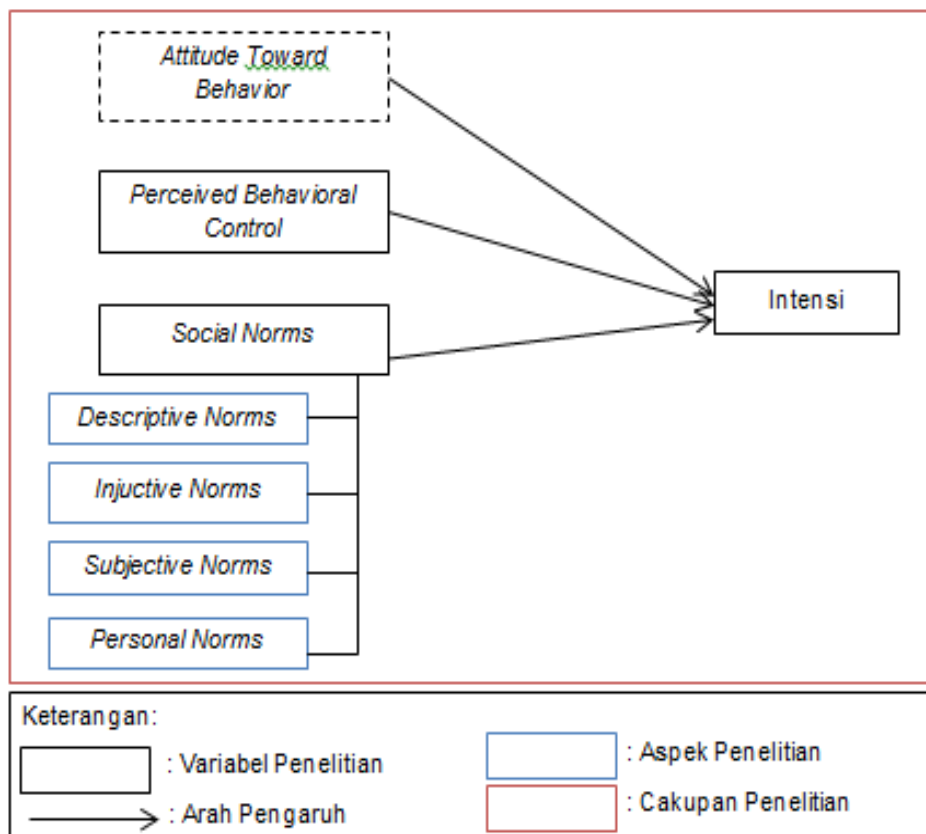
akan dilaksanakan atau tidak. Adanya karakteristik yang khas dalam aktivitas konsumsi *later adolescence* menjadi penguat rendahnya intensi, seperti kecenderungan melaksanakan konsumsi praktis. Akibatnya, jumlah sampah sisa konsumsi yang dihasilkan lebih banyak dan dapat semakin membahayakan lingkungan.

Rendahnya intensi yang dimiliki *later adolescence* untuk melaksanakan konsumsi berkelanjutan yang terkhusus pada penggunaan produk *reusable* dilatarbelakangi oleh banyaknya hambatan yang diperhitungkan oleh individu untuk melaksanakannya. Hambatan tersebut pun membentuk persepsi bahwa melaksanakan konsumsi dengan menggunakan produk *reusable* merupakan sesuatu yang sulit dilakukan (*perceived behavioral control* bersifat negatif). Padahal, telah terdapat penilaian yang positif terhadap bentuk aktivitas konsumsi tersebut (*attitude toward behavior* yang *favorable*). Penilaian positif ternyata belum cukup untuk mendorong terbentuknya intensi yang lebih kuat, karena nampaknya individu lebih mempertimbangkan faktor kemudahan atau faktor kontrol (*perceived behavioral control*) dalam melaksanakan konsumsi berkelanjutan tersebut.

Selain faktor kontrol, rendahnya intensi juga disebabkan faktor normative (*social norms*) dalam bentuk aturan atau standar yang berlaku dalam kelompok tertentu. Aturan atau standar tersebut menjadi tekanan bagi individu untuk berperilaku serupa. Aturan atau standar tersebut berlaku sebagai *shared belief* dan perlu dibagikan atau dikomunikasikan sehingga memiliki dampak. Meskipun aturan atau standar tersebut telah dikomunikasikan, namun belum memiliki dampak yang signifikan terhadap pembentukan intensi dalam aktivitas konsumsi khususnya menggunakan produk *reusable* pada kalangan *later adolescence*.

Social norms memiliki empat aspek yang menjelaskan bagaimana norma mempengaruhi perilaku individu dalam kelompok, diantaranya *injuctive norms*, *subjective norms*, *descriptive norms*, dan *personal norms*.

Kerangka konseptual penelitian digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual Penelitian

2. 10. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

H_{01} : Tidak terdapat kontribusi *social norms* terhadap intensi memilih menggunakan produk *reusable*

H_{a1} : Terdapat kontribusi *social norms* terhadap intensi memilih menggunakan produk *reusable*

H_{02} : Tidak terdapat kontribusi *social norms* dan *perceived behavioral control* terhadap intensi memilih menggunakan produk *reusable*

H_{a2} : Terdapat kontribusi *social norms* dan *perceived behavioral control* terhadap intensi memilih menggunakan produk *reusable*.