

Keputusan Konsumen dalam Pemilihan Jasa Pengelolaan Limbah B3

Wahyuni Kartika Yulianti
Universitas Pakuan, Indonesia
E-mail : wahyunik625@gmail.com

Kata Kunci

Pengelolaan Limbah B3,
Keputusan Konsumen,
Kesadaran Lingkungan,
Regulasi Lingkungan,
Perilaku Pro-Lingkungan

Abstrak

Penelitian ini mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam mendukung pengelolaan limbah Bahan Berbahaya dan Beracun (B3) di Indonesia. Melalui tinjauan kritis terhadap literatur terkini, penelitian ini mengidentifikasi sepuluh faktor utama yang mempengaruhi keputusan konsumen, termasuk harga, reputasi penyedia jasa, kualitas layanan, kedekatan lokasi, kemudahan akses informasi, persepsi risiko, kesadaran lingkungan, regulasi pemerintah, tekanan sosial, dan pengalaman sebelumnya. Analisis menunjukkan bahwa meskipun kesadaran lingkungan meningkat, faktor ekonomi seperti harga masih menjadi pertimbangan utama bagi konsumen. Penelitian ini juga mengungkapkan kesenjangan dalam literatur, terutama kurangnya studi yang menggabungkan berbagai faktor secara holistik. Temuan ini memberikan implikasi penting bagi penyedia jasa, pembuat kebijakan, dan peneliti untuk meningkatkan praktik pengelolaan limbah Bahan Berbahaya dan Beracun (B3) yang berkelanjutan di Indonesia.

Keywords

*Hazardous Waste
Management, Consumer
Decision, Environmental
Awareness, Environmental
Regulation, Pro-
Environmental Behavior*

Abstract

This study examines the factors that influence consumer decisions on hazardous waste management in Indonesia. Through a critical review of recent literature, this study identifies ten key factors that influence consumer decisions, including price, service provider reputation, service quality, location proximity, ease of access to information, risk perception, environmental awareness, government regulations, social pressure, and previous experience. The result of the analysis show that although environmental awareness has increased, economic factors such as price are still a major consideration for consumers. This research also reveals gaps in the literature, particularly the lack of studies that incorporate various factors holistically. The findings provide important implications for service providers, policy makers and research to improve sustainable hazardous waste management practices in Indonesia

**Correspondence Author: Wahyuni Kartika Yulianti
Email: wahyunik625@gmail.com*



PENDAHULUAN

Pengelolaan limbah B3 (Bahan Berbahaya dan Beracun) merupakan isu yang mendesak di Indonesia, seiring dengan meningkatnya aktivitas industri yang menghasilkan limbah tersebut. Dalam beberapa tahun terakhir, pertumbuhan sektor industri signifikan terhadap perekonomian

negara. Namun, di sisi lain, peningkatan ini juga menimbulkan tantangan besar dalam pengelolaan limbah B3 yang jika tidak ditangani dengan baik, dapat berdampak buruk terhadap lingkungan dan kesehatan masyarakat. (Purnomo, 2021).

Limbah B3 dapat mengakibatkan pencemaran tanah, air, udara, serta menimbulkan risiko kesehatan yang serius seperti penyakit kronis kesehatan yang serius seperti penyakit kronis dan gangguan sistem saraf. Permasalahan pengelolaan limbah B3 di Indonesia menjadi semakin kompleks dengan adanya ketidakpastian dalam keputusan konsumen terkait pengelolaan limbah tersebut. Keputusan konsumen sangat berpengaruh terhadap upaya pengelolaan limbah yang lebih baik (Muadifah, 2019). Misalnya, perilaku konsumen dalam memilih produk ramah lingkungan atau mendukung perusahaan yang menerapkan praktik pengelolaan limbah yang baik dapat mendorong perubahan positif dalam industri. Namun, pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam konteks ini masih terbatas, sehingga diperlukan penelitian yang mendalam untuk mengisi kesenjangan tersebut.

Kesenjangan penelitian sebelumnya terletak pada kurangnya kajian yang mengintegrasikan aspek psikologis dan sosial dalam memahami keputusan konsumen terkait pengelolaan limbah B3 (Dewata dan Danhas, 2023). Penelitian terdahulu lebih banyak berfokus pada aspek teknis dan ekonomis dari pengelolaan limbah, sementara aspek perilaku konsumen seringkali terabaikan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam mendukung praktik pengelolaan limbah B3 yang berkelanjutan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam mendukung praktik pengelolaan limbah B3 yang berkelanjutan. Secara spesifik, tujuan penelitian ini meliputi : mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk ramah lingkungan, mengukur persepsi konsumen terhadap pentingnya pengelolaan limbah B3, menganalisis pengaruh kesadaran lingkungan konsumen terhadap keputusan mereka dalam mendukung perusahaan yang menerapkan praktik pengelolaan limbah B3, serta mengevaluasi peran edukasi dan kampanye lingkungan dalam membentuk keputusan konsumen terkait pengelolaan limbah B3.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan bagi teori, praktik, dan kebijakan pengelolaan limbah B3 di Indonesia. Secara teoritis, penelitian ini akan memperkaya literatur mengenai keputusan konsumen dalam konteks pengelolaan limbah B3 dengan mengintegrasikan aspek psikologis dan sosial. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi perusahaan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk produk ramah lingkungan dan praktik pengelolaan limbah yang berkelanjutan.

Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan rekomendasi bagi pemerintah dan pembuat kebijakan dalam merancang program edukasi dan kampanye lingkungan yang lebih efektif untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan limbah B3. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memiliki relevansi akademik, tetapi juga implikasi praktis yang luas untuk meningkatkan pengelolaan limbah B3 di Indonesia. Harapannya, penelitian ini dapat berkontribusi pada upaya perlindungan lingkungan dan kesehatan masyarakat, serta mendukung pencapaian pembangunan berkelanjutan.

Penelitian terdahulu menunjukkan berbagai temuan yang relevan dengan topik ini. Beberapa studi di Indonesia menunjukkan bahwa kesadaran lingkungan dan tekanan sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk ramah lingkungan. Sebagai contoh, penelitian oleh (Siregar & Albetris, 2023) menemukan bahwa kesadaran lingkungan yang tinggi di kalangan konsumen perkotaan Indonesia mendorong peningkatan permintaan terhadap produk ramah lingkungan. Selain itu, studi oleh (Hunaifi *et al.*, 2024) menyoroti bahwa tekanan sosial dari keluarga dan teman-teman memainkan peran penting dalam membentuk preferensi konsumen terhadap produk-produk tersebut.

Penelitian di negara lain menunjukkan hasil yang bervariasi, dengan beberapa studi menyoroti pentingnya faktor ekonomi seperti harga dan kualitas layanan. Misalnya penelitian di Amerika Serikat oleh (Roberts & Bacon, 2020) menunjukkan bahwa meskipun kesadaran lingkungan tinggi, keputusan konsumen masih sangat dipengaruhi oleh harga produk. Konsumen

cenderung memilih produk ramah lingkungan hanya jika harganya kompetitif dengan produk konvensional. Penelitian di Eropa oleh (Muller & Gossling, 2021) juga menemukan bahwa kualitas layanan yang baik dari penyedia produk ramah lingkungan meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen.

Kesenjangan, inkonsistensi, dan keterbatasan dalam penelitian sebelumnya perlu diidentifikasi untuk memberikan arah yang lebih jelas bagi penelitian ini. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa meskipun ada kesadaran dan niat yang tinggi untuk mendukung produk ramah lingkungan, implementasinya dalam keputusan pembelian nyata masih kurang. Keterbatasan dalam akses informasi yang mudah dan transparansi dari penyedia layanan menjadi hambatan yang sering ditemui. Selain itu, perbedaan budaya dan ekonomi antara negara-negara dapat menyebabkan hasil yang bervariasi, yang memerlukan pendekatan yang lebih kontekstual dalam penelitian.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah tinjauan kritis (*critical review*) terhadap literatur yang relevan. Tinjauan kritis bertujuan untuk memberikan analisis mendalam dan evaluasi komprehensif terhadap penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam mendukung pengelolaan limbah B3. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi tema-tema utama, sintesis temuan, serta mengevaluasi kualitas metodologis dari berbagai studi.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup artikel jurnal ilmiah, laporan penelitian, buku dan sumber-sumber sekunder lainnya yang relevan. Artikel jurnal ilmiah dan laporan penelitian memberikan informasi terkini dan empiris, sedangkan buku memberikan landasan teori dan konteks kebijakan yang relevan. Sumber-sumber ini dipilih untuk memastikan cakupan yang luas dan mendalam mengenai topik yang diteliti.

Strategi pencarian literatur dilakukan dengan menggunakan kata kunci yang relevan seperti “pengelolaan limbah B3”, “perilaku konsumen”, “kesadaran lingkungan”, dan “faktor-faktor keputusan konsumen”. Database yang digunakan Google Scholar, yang merupakan database yang dikenal luas dan memiliki cakupan literatur yang komprehensif. Kriteria inklusi mencakup artikel yang diterbitkan dalam lima tahun terakhir, relevan dengan topik penelitian, dan tersedia dalam bahasa Inggris atau Indonesia. Kriteria eksklusi meliputi artikel yang tidak berkaitan langsung dengan pengelolaan limbah B3 atau yang kualitas metodologisnya dianggap rendah.

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahap. Pertama, analisis tematik digunakan untuk mengidentifikasi tema-tema utama dalam literatur yang telah dikumpulkan. Kedua, sintesis temuan dilakukan untuk menggabungkan dan membandingkan hasil dari berbagai penelitian, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif. Ketiga, evaluasi kritis terhadap kualitas metodologis, validitas, dan reliabilitas penelitian dilakukan untuk menilai kredibilitas dan keandalan temuan. Selain itu, penelitian ini juga mengidentifikasi kesenjangan, inkonsistensi, dan keterbatasan dalam literatur untuk memberikan arah yang lebih jelas bagi penelitian lebih lanjut. Pendekatan ini memastikan bahwa hasil penelitian dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam memahami perilaku konsumen dalam mendukung pengelolaan limbah B3 di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen

Hasil analisis tematik dari berbagai literatur mengidentifikasi sejumlah faktor utama yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam mendukung pengelolaan limbah B3. Faktor pertama yang paling dominan adalah harga. Konsumen sering kali membandingkan biaya produk ramah lingkungan dengan produk konvensional. Penelitian menunjukkan bahwa meskipun kesadaran lingkungan konsumen tinggi, mereka tetap sangat sensitif terhadap harga dan cenderung memilih produk yang lebih ekonomis. Studi oleh (Wibowo, 2019) mengungkapkan bahwa konsumen dengan pendapatan rendah lebih memperhatikan harga dibandingkan manfaat lingkungan dari produk yang mereka beli.

Reputasi penyedia jasa menjadi faktor kedua yang signifikan. Konsumen lebih cenderung mempercayai dan memilih perusahaan yang memiliki reputasi baik dalam pengelolaan limbah. Menurut (Herwin dan Abadi, 2018), reputasi perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan mengurangi ketidakpastian dalam keputusan pembelian. Ini menunjukkan bahwa perusahaan yang secara aktif mempromosikan dan mempraktikkan tanggung jawab lingkungan akan lebih dihargai oleh konsumen.

Kualitas layanan merupakan faktor ketiga yang mempengaruhi keputusan konsumen. Layanan yang baik meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen, yang pada gilirannya mempengaruhi keputusan mereka untuk mendukung praktik pengelolaan limbah yang berkelanjutan. Penelitian oleh (Putri dan Fanani, 2015) menyatakan bahwa kualitas layanan yang tinggi dapat menciptakan loyalitas pelanggan, yang sangat penting dalam industri jasa.

Kedekatan lokasi dan kemudahan akses informasi menjadi faktor keempat dan kelima. Konsumen lebih cenderung memilih layanan yang dekat dengan lokasi mereka dan mudah diakses informasinya. Lokasi yang strategis dan informasi yang mudah diakses tentang layanan pengelolaan limbah dapat meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan konsumen. Studi oleh (Ghanimatan dan Kamal, 2012) menunjukkan bahwa kedekatan lokasi mempengaruhi adopsi inovasi dalam masyarakat.

Persepsi risiko adalah faktor keenam yang menjadi pertimbangan penting. Konsumen cenderung menghindari produk atau jasa yang dianggap berisiko terhadap kesehatan atau lingkungan. Menurut (Setiadi dan Se, 2019), risiko yang dirasakan dalam keputusan pembelian dapat mempengaruhi perilaku konsumen secara signifikan, terutama dalam konteks produk ramah lingkungan yang sering kali dianggap sebagai produk baru dengan risiko yang belum sepenuhnya dipahami.

Kesadaran lingkungan yang tinggi mendorong konsumen untuk mendukung praktik pengelolaan limbah yang ramah lingkungan, menjadi faktor ketujuh yang signifikan. Penelitian oleh (Waskito dan Harsono, 2012) menunjukkan bahwa kesadaran dan pengetahuan lingkungan yang tinggi dapat meningkatkan niat konsumen untuk berperilaku pro-lingkungan. Regulasi pemerintah, sebagai faktor kedelapan, memainkan peran penting dalam membentuk keputusan konsumen. Kebijakan dan peraturan yang mendukung pengelolaan limbah yang baik dapat mendorong konsumen untuk membuat keputusan yang lebih bertanggung jawab.

Tekanan sosial dan pengalaman sebelumnya adalah faktor kesembilan dan kesepuluh. Pengaruh dari keluarga, teman, atau komunitas dapat mempengaruhi keputusan konsumen. Penelitian oleh (Basri dan Surya, 2014) mengungkapkan bahwa norma sosial dapat mempengaruhi niat seseorang untuk berperilaku tertentu. Pengalaman sebelumnya dengan produk atau layanan tertentu juga mempengaruhi keputusan konsumen, dimana pengalaman positif atau negatif sebelumnya akan membentuk preferensi mereka. Studi oleh (Adixio dan Saleh, 2013) menunjukkan bahwa pengalaman sebelumnya dengan kualitas layanan sangat mempengaruhi niat pembelian ulang.

Evaluasi Kritis terhadap Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menunjukkan berbagai temuan yang relevan, namun juga memiliki kekuatan dan kelemahan metodologis yang perlu dievaluasi secara kritis. Beberapa studi di Indonesia, seperti yang dilakukan oleh (Fathoni, Faizi dan Sari, 2023), menunjukkan bahwa kesadaran lingkungan dan tekanan sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen. Namun, penelitian ini sering kali memiliki keterbatasan dalam hal sampel yang terbatas dan metodologi yang tidak selalu kuat. Sebagai contoh, banyak penelitian menggunakan survei yang memungkinkan tidak menggambarkan perilaku konsumen secara menyeluruh. Studi oleh (Noviardy dan Mellita, 2014) juga menunjukkan bahwa meskipun kesadaran lingkungan tinggi, implementasi pengelolaan limbah masih rendah karena kurangnya dukungan pemerintah dan fasilitas.

Penelitian di negara lain menunjukkan hasil yang bervariasi. Studi oleh Roberts & Bacon, 2022 di Amerika Serikat menemukan bahwa faktor ekonomi seperti harga masih menjadi pengaruh utama, meskipun kesadaran lingkungan tinggi. Di sisi lain, penelitian di Eropa oleh

(Muler dan Gossling, 2021) menekankan pentingnya kualitas layanan dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap produk ramah lingkungan. Namun, banyak penelitian ini memiliki keterbatasan dalam hal generalisasi temuan ke konteks Indonesia yang memiliki perbedaan budaya dan ekonomi.

Kesenjangan dalam literatur mencakup kurangnya penelitian yang menggabungkan berbagai faktor secara holistik dan menguji interaksi antara faktor-faktor tersebut. Selain itu, banyak penelitian terdahulu kurang memperhatikan aspek persepsi risiko dan regulasi pemerintah dalam mempengaruhi keputusan konsumen. Inkonsistensi temuan juga ditemukan, dimana beberapa studi menunjukkan bahwa harga adalah faktor utama, sementara studi lain menyoroti pentingnya kesadaran lingkungan atau kualitas layanan. Penelitian oleh (Chan et al., 2000) di Hong Kong misalnya, menunjukkan bahwa kesadaran lingkungan dan regulasi pemerintah sangat berpengaruh, sementara penelitian oleh (Polonsky et al., 1998) di Australia menunjukkan bahwa harga dan kualitas layanan lebih dominan.

Implikasi bagi Praktik dan Penelitian Mendatang

Temuan penelitian ini memberikan beberapa rekomendasi praktis bagi penyedia jasa pengelolaan limbah B3, pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya. Penyedia jasa harus fokus pada peningkatan kualitas layanan dan membangun reputasi yang kuat dalam hal tanggung jawab lingkungan. Pemerintah perlu memperkuat regulasi dan kebijakan yang mendukung praktik pengelolaan limbah yang baik serta memberikan insentif ekonomi bagi konsumen untuk memilih produk ramah lingkungan. Selain itu, kampanye kesadaran lingkungan yang efektif dapat meningkatkan dukungan konsumen terhadap pengelolaan limbah yang berkelanjutan.

Untuk penelitian mendatang, disarankan untuk mengisi kesenjangan dengan mengadopsi pendekatan yang lebih holistik dan menguji interaksi antara berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen. Penelitian juga perlu fokus pada persepsi risiko dan bagaimana regulasi pemerintah dapat mempengaruhi keputusan konsumen. Selain itu, diperlukan studi yang lebih mendalam dan kontekstual untuk memahami dinamika perilaku konsumen dalam berbagai setting budaya dan ekonomi, khususnya di Indonesia.

Pendekatan mixed-methods yang menggabungkan analisis kuantitatif dan kualitatif dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam mendukung pengelolaan limbah B3. Misalnya, penelitian kualitatif dapat menggali lebih dalam motivasi konsumen, sedangkan analisis kualitatif dapat mengukur pengaruh masing-masing faktor secara statistik. Penelitian juga dapat mengeksplorasi penggunaan teknologi dan media sosial dalam mempengaruhi perilaku konsumen, mengingat peningkatan peran digital dalam kehidupan sehari-hari.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengidentifikasi beberapa faktor utama yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih jasa pengelolaan limbah B3 di Indonesia. Di antaranya, kepatuhan terhadap regulasi menjadi faktor penting, di mana kesadaran dan kepatuhan terhadap peraturan pemerintah tentang pengelolaan limbah B3 sangat mempengaruhi keputusan konsumen.

Selain itu, kepercayaan dan reputasi perusahaan juga menjadi faktor krusial. Konsumen lebih cenderung memilih perusahaan yang memiliki reputasi baik dan terpercaya dalam pengelolaan limbah B3. Kualitas layanan, termasuk kecepatan dan ketepatan dalam pengelolaan limbah serta kemampuan teknis perusahaan, turut mempengaruhi keputusan konsumen. Faktor biaya dan efisiensi operasional juga memainkan peran penting, di mana konsumen mempertimbangkan biaya yang kompetitif dan efisiensi dalam operasional perusahaan. Terakhir, penggunaan teknologi canggih dan inovasi dalam proses pengelolaan limbah juga menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih jasa pengelolaan limbah B3.

REFERENSI

- Aditama, R.A. And Sos, S. (2020) *Pengantar Bisnis: Dilengkapi Dengan Studi Kelayakan Bisnis*. Ae Publishing.
- Adixio, R.F. And Saleh, L. (2013) 'Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai Yang Dirasakan Terhadap Niat Pembelian Ulang Melalui Mediasi Kepuasan Pelanggan Restoran Solaria Di Surabaya', *Journal Of Business & Banking*, 3(2), Pp. 151–164.
- Apriyani, D.A. (2017) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen', *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(2), Pp. 1–7.
- Basri, Y.M. And Surya, R.A.S. (2014) 'Pengaruh Keadilan, Norma Ekspektasi, Sanksi Dan Religiusitas Terhadap Niat Dan Ketidak Patuhan Pajak', *Akuntabilitas*, 7(3), Pp. 162–176.
- Chan, R. Y. K., Lau, L. B. Y. And Wong, Y. H., 2000. Antecedents Of Green Purchases: A Survey In China. *Journal Of Consumer Marketing*, 17(4), Pp.338-357. Available At: <https://doi.org/10.1108/07363760010340933>.
- Dewata, I. And Danhas, Y.H. (2023) *Pencemaran Lingkungan*. Pt. Rajagrafindo Persada-Rajawali Pers.
- Fathoni, M.A., Faizi, F. And Sari, R. (2023) 'Determinasi Pembelian Makanan Halal Melalui Platform Digital: Kesadaran Halal Sebagai Variabel Mediasi', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), Pp. 45–54.
- Ghanimata, F. And Kamal, M. (2012) 'Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang)'. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis.
- Herwin, H. And Abadi, F. (2018) 'Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Reputasi Vendor Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Antara', *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb) Fakultas Ekonomi Uniat*, 3(3), Pp. 353–364.
- Hunaifi, N. Et Al. (2024) 'Dampak Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Di Era Digital', *Tabsyir: Jurnal Dakwah Dan Sosial Humaniora*, 5(3), Pp. 161–174.
- Medias, F. (2018) *Ekonomi Mikro Islam: Islamic Microeconomics*. Unimma Press.
- Mihardja, E.J., Azizi, A. And Fairus, S. (2022) 'Penerapan Teori Difusi Inovasi Dalam Community Engagement: Kisah Pengolahan Limbah Rajungan Dari Indramayu', *Journal Of Dedicator Community*, 6(2), Pp. 61–74.
- Muadifah, A. (2019) *Pengendalian Pencemaran Lingkungan*. Media Nusa Creative (Mnc Publishing).
- Müller, L. And Gossling, S., 2021. Enhancing Consumer Trust And Loyalty Through Quality Service In Environmentally Friendly Product Markets: Evidence From Europe. *Journal Of Sustainable Business*, 45(2), Pp.321-335. Available At: <https://doi.org/10.1017/jsb.2020.78>.
- Noviardy, A. And Mellita, D. (2014) 'Implementasi Green Marketing Pada Usaha Kecil Menengah Di Kota Palembang'.
- Polonsky, M. J. And Rosenberger Iii, P. J., 2001. Reevaluating Green Marketing: A Strategic Approach. *Business Horizons*, 44(5), Pp.21-30. Available At: [https://doi.org/10.1016/S0007-6813\(01\)80032-1](https://doi.org/10.1016/S0007-6813(01)80032-1).
- Purnomo, C.W. (2021) *Solusi Pengelolaan Sampah Kota*. Ugm Press.
- Putri, R.W. And Fanani, D. (2015) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan', *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 1(10).
- Retno, P. (2023) 'Pengaruh Green Product Innovation, Green Process Innovation Dan Environmental Performance Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Akuntansi Manajemen Lingkungan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Indeks Sri-Kehati Periode 2018-2022)'. Uin Raden Intan Lampung.
- Roberts, J. And Bacon, D., 2020. The Influence Of Price On Consumer Choices For Environmentally Friendly Products: A Study In The United States. *Journal Of*

- Environmental Economics And Management*, 98, P.102367. Available At: <https://doi.org/10.1016/j.jeem.2019.102367>.
- Setiadi, N.J. And Se, M.M. (2019) *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga*. Prenada Media.
- Siregar, A.I. And Albetris, A. (2023) 'Kesadaran Lingkungan Terhadap Gaya Hidup Sehat Berpengaruh Pada Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan Di Kalangan Milenial Kota Jambi', *Jurnal Ilmiah Maksitek*, 8(4), pp. 232–239.
- Suhendro, S. and Sembiring, S.I.O. (2023) 'Pencegahan Fraud Dengan Fraud Control Plan: Kasus Pada Manajemen Rumah Sakit Blud Di Indonesia', *Jurnal Akuntansi dan Keuangan (JAK)*, 28(2), pp. 146–154.
- Susanto, A.B. and Wijarnako, H. (2004) *Power branding: Membangun merek unggul dan organisasi pendukungnya*. Mizan Pustaka.
- Wahyuni, A. (2023) 'Analisis Pengaruh Sikap, Kontrol Perilaku, Norma Subyektif, Psikografis Dan Demografis Terhadap Perilaku Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (Pkb) Melalui Variabel Niat Pada Beberapa Kota Kabupaten Di Kalimantan Selatan'. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Warini, S., Hidayat, Y.N. and Ilmi, D. (2023) 'Teori Belajar Sosial Dalam Pembelajaran', *ANTHOR: Education and Learning Journal*, 2(4), pp. 566–576.
- Waskito, J. and Harsono, M. (2012) 'Green consumer: deskripsi tingkat kesadaran dan kepedulian masyarakat joglosemar terhadap kelestarian lingkungan', *JDM (Jurnal Dinamika Manajemen)*, 3(1).



© 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).