



**Pengaruh Pengetahuan Lingkungan, Kepedulian Lingkungan, Dan Kesadaran Lingkungan Terhadap Niat Beli Produk Ramah Lingkungan “Thrifting” Pada Mahasiswa/I Di Universitas Malikussaleh**

***The Effect Of Environmental Knowledge, Environmental Concern, And Environmental Awareness On The Intention To Buy Environmentally Friendly Products “Thrifting” On Students At Malikussaleh University***

**Isra Mayani<sup>1\*</sup>, Samsul Bahri<sup>2</sup>, Rusydi Abubakar<sup>3</sup>, Khairina<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup>Manajemen, Fakultas, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Malikussaleh

Email: [isra.210410205@mhs.unimal.ac.id](mailto:isra.210410205@mhs.unimal.ac.id)<sup>1</sup>, [samsulbahri@unimal.ac.id](mailto:samsulbahri@unimal.ac.id)<sup>2</sup>, [rusydi@unimal.ac.id](mailto:rusydi@unimal.ac.id)<sup>3</sup>, [khairina@unimal.ac.id](mailto:khairina@unimal.ac.id)<sup>4</sup>

**Article Info**

Article history :

Received : 22-06-2025

Revised : 24-06-2025

Accepted : 26-06-2025

Published : 28-06-2025

**Abstract**

*Thrifting is estimated to have become popular in Indonesia in the period 1997-1998 and is considered an environmentally friendly activity because it helps reduce waste by reusing used goods that are still usable. This study aims to determine the purchase intention of Malikussaleh University students towards environmentally friendly products "Thrifting". This study uses primary data in the form of a questionnaire. The respondents used were 140 Malikussaleh University students. The data analysis method used is multiple linear regression and hypothesis testing in the form of a t-test (partial). The results of the study indicate that Environmental Knowledge has a negative and insignificant effect on thrifting purchase intention. Meanwhile, it was found that Environmental Concern and Awareness have a positive and significant effect on thrifting purchase intention.*

**Keywords : Environmental Knowlwdge, Environmental Concern, Environmental Awareness**

**Abstrak**

*Thrifting* diperkirakan mulai populer di Indonesia pada periode 1997-1998 dan dianggap sebagai aktivitas ramah lingkungan karena membantu mengurangi limbah dengan memanfaatkan kembali barang-barang bekas yang masih layak pakai. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui niat beli mahasiswa/i Universitas Malikussaleh terhadap produk ramah lingkungan “*Thrifting*”. Penelitian ini menggunakan data primer yang berupa angket kuesioner. Responden yang digunakan sebanyak 140 orang mahasiswa/i Universitas Malikussaleh. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda serta pengujian hipotesis berupa Uji-t (parsial). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengetahuan Lingkungan memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap niat beli *thrifting*. Sementara itu, ditemukan bahwa Kepedulian dan Kesadaran Lingkungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli *thrifting*.

**Kata Kunci : Pengetahuan Lingkungan, Kepedulian Lingkungan, Kesadaran Lingkungan**



## PENDAHULUAN

Menurut (Kotler & Keller, 2009), *Purchase intention* atau niat beli dapat diartikan sebagai arahan pribadi untuk memilih sebuah merek atau melakukan aktivitas pembelian. Hal ini merupakan keputusan pribadi konsumen yang memotivasi mereka untuk menentukan pilihan atau melakukan tindakan dalam proses pembelian. niat beli seseorang atau khususnya mahasiswa bisa muncul karena *thrifting* menawarkan pengalaman yang lebih kompleks. Mereka tidak hanya membeli pakaian, tetapi juga merasakan kepuasan emosional dari proses tersebut.

Sementara itu, dari segi faktor lingkungan, niat beli bisa muncul karena konsumen memiliki pengetahuan tentang isu-isu lingkungan. (Lee, 2011) menyatakan bahwa pengetahuan lingkungan merupakan pemahaman yang mendasar yang dimiliki oleh individu terkait langkah- langkah yang dapat diambil untuk mendukung perlindungan lingkungan. Kuswati et al., (2021) berpendapat bahwa jika Semakin besar pengetahuan lingkungan yang dimiliki oleh konsumen, maka motivasi mereka untuk membeli produk yang ramah lingkungan juga cenderung meningkat. Pengetahuan dan pemahaman konsumen terkait isu lingkungan dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap proses pengambilan keputusan mereka (Rashid, 2009). konsumen yang memiliki pemahaman lebih mendalam tentang isu lingkungan cenderung lebih termotivasi untuk membeli produk yang ramah lingkungan ( Aman et al., 2011).

Menurut Rini *et al.*, (2017) kepedulian lingkungan merupakan prediktor yang signifikan terhadap sikap konsumen terhadap produk yang ramah lingkungan dan dapat menjadi elemen penting dalam proses konsumen mengambil keputusan. Dengan adanya rasa peduli terhadap lingkungan, konsumen lebih cenderung mempertimbangkan dampak dari pilihan mereka terhadap lingkungan saat membeli produk, sehingga mereka sadar bahwa memilih barang yang mendukung keberlanjutan dan ramah lingkungan seperti *thrifting* dapat memperpanjang siklus hidup pakaian dan juga dapat mengurangi permintaan produksi baru yang merusak lingkungan.

Boztepe (2012) menyatakan bahwa kesadaran lingkungan adalah pengertian terkait pencemaran dan kesadaran akan tanggung jawab kepada generasi berikutnya dalam penggunaan sumber daya. Konsumen yang sadar akan lingkungan dapat mempertimbangkan kondisi sumber daya, biaya penggunaan, serta konsekuensi yang timbul, baik untuk diri mereka maupun lingkungan sekitar. Pengetahuan merujuk pada pemahaman yang diperoleh melalui pengalaman dan pendidikan. Dalam konteks lingkungan, pengetahuan mencakup pemahaman tentang berbagai masalah lingkungan yang ada. Sementara itu, kepedulian dianggap sebagai sikap atau perasaan yang mendorong seseorang untuk memperhatikan dan merespons isu-isu tertentu, seperti masalah lingkungan. Ketika seseorang peduli terhadap dampak lingkungan, ia mulai memperhatikan bagaimana perilaku mereka memengaruhi lingkungan sekitar. Kesadaran adalah tingkat pemahaman yang lebih mendalam, di mana individu tidak hanya peduli tetapi juga memahami hubungan antara tindakan mereka dan dampaknya terhadap lingkungan.



## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan metode purposive sampling. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa/i di Universitas Malikussaleh yang pernah membeli produk *thrifting* minimal satu kali yang berjumlah 140 responden. Data dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner, dan kemudian data diolah menggunakan SPSS 25.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan variabel pengetahuan lingkungan memperoleh nilai signifikan 0,054 atau lebih besar dibandingkan dengan nilai signifikan yang digunakan yaitu 0,05 dan memperoleh nilai  $t_{hitung}$  yang lebih kecil dibandingkan nilai  $t_{tabel}$  serta memperoleh koefisien negatif sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan lingkungan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap niat beli produk *thrifting*. Artinya, bahwa variabel pengetahuan lingkungan bukan merupakan faktor yang mendorong mahasiswa untuk membeli produk *thrift* Sementara itu, variabel kepedulian lingkungan dan kesadaran lingkungan memperoleh nilai signifikan 0,000 atau lebih kecil dibandingkan nilai signifikan yang digunakan yaitu 0,05 dan memperoleh nilai  $t_{hitung}$  yang lebih besar daripada nilai  $t_{tabel}$  serta memperoleh nilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa hubungan antara kepedulian lingkungan dan kesadaran lingkungan terhadap niat beli produk *thrifting* searah. artinya, ketika kepedulian lingkungan dan kesadaran lingkungan meningkat, niat beli produk *thrift* juga ikut meningkat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kepedulian lingkungan dan kesadaran lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli produk *thrifting*.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan bahwa Pengetahuan lingkungan memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap niat beli mahasiswa/i Universitas Malikussaleh pada produk ramah lingkungan (*thrifting*) dengan nilai signifikansi  $0,054 > 0,05$  sehingga  $H_1$  ditolak. Kepedulian lingkungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli mahasiswa/i Universitas Malikussaleh pada produk ramah lingkungan (*thrifting*) dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_2$  diterima. Kesadaran lingkungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli mahasiswa/i Universitas malikussaleh pada produk ramah lingkungan (*thrifting*) dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_3$  diterima.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak- pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis demi kelancaran proses penelitian ini. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada dosen pembimbing, pembahas, orang tua dan teman- teman terdekat yang selalu memberikan semangat dan dukungan serta pihak- pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu.



## DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., & Amstrong, G. (2009). Prinsip- Prinsip Pemasaran. 1-63
- Aman, A. H. L. (2011). *The influence of environmental knowledge and concern on green purchase intention: the role of attitude as mediating variable*. Universiti Malaysia Sabah.
- Rini, A. S., Sukaatmadja, I. P. G., & Giantari, I. (2017). Pengaruh pengetahuan lingkungan dan kepedulian lingkungan terhadap sikap dan niat beli produk hijau “The Body Shop” di Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 6(1), 137–166.
- Boztepe, A. (2012). *Green marketing and its impact on consumer buying behavior*. *European Journal of Economic & Political Studies*, 5(1).
- Tan, B. C. (2011). The roles of knowledge, threat, and PCE on green purchase behaviour. *International Journal of Business and Management*, 6(12), 14–27.
- Rashid, N. R. N. A. (2009). Awareness of Eco-label in Malaysia’s Green Marketing Initiative. *International Journal of Business and Management*, 4(8). <https://doi.org/10.5539/ijbm.v4n8p132>
- Kuswati, R., Soepatini, S., Vrasica, R., & Rayyantika, F. (2021). Instruments Validation of Pro-Environmental Behaviour Model. *Prosiding University Research Colloquium*, 525–537.