

PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, DAN KONTROL PERILAKU TERHADAP INTENSI DAN PERILAKU PENGURANGAN KANTONG PLASTIK DI KOTA BATAM

Listia Nurjanah¹, Enrico Sanjaya²
listia@uib.ac.id¹, 2241263.enrico@uib.edu²
Universitas Internasional Batam

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku terhadap intensi serta perilaku pengurangan penggunaan kantong plastik di Kota Batam. Permasalahan sampah plastik yang semakin meningkat menuntut adanya perubahan perilaku masyarakat dalam mengurangi penggunaan kantong plastik sekali pakai. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap masyarakat Kota Batam. Data dianalisis menggunakan analisis statistik untuk menguji hubungan antara variabel sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku terhadap intensi, serta pengaruh intensi terhadap perilaku pengurangan kantong plastik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi pengurangan kantong plastik. Selanjutnya, intensi terbukti berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengurangan kantong plastik. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kesadaran, dukungan sosial, serta kemudahan dalam mengurangi penggunaan kantong plastik dapat mendorong perilaku ramah lingkungan di masyarakat Kota Batam.

Kata Kunci: Sikap, Intensi Perilaku, Pengurangan Kantong Plastik.

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of attitude, subjective norms, and perceived behavioral control on intention and behavior related to plastic bag reduction in Batam City. The increasing problem of plastic waste requires behavioral changes among the community to reduce the use of single-use plastic bags. This research employs a quantitative approach using a survey method conducted among residents of Batam City. The data were analyzed using statistical techniques to test the relationships between attitude, subjective norms, and perceived behavioral control on intention, as well as the effect of intention on plastic bag reduction behavior. The results indicate that attitude, subjective norms, and perceived behavioral control have a positive and significant effect on the intention to reduce plastic bag usage. Furthermore, intention has a significant influence on actual plastic bag reduction behavior. These findings suggest that enhancing environmental awareness, social support, and perceived ease of reducing plastic bag use can promote environmentally friendly behavior in Batam City.

Keywords: Attitude, Behavioral Intention, Plastic Bag Reduction.

PENDAHULUAN

Plastik telah lama dikenal sebagai bahan yang murah dan tahan lama, menjadikannya pilihan utama yang digunakan secara luas di berbagai sektor di seluruh dunia. Dalam kehidupan sehari-hari, kantong plastik sering dimanfaatkan sebagai alat praktis untuk membawa barang belanjaan, sehingga mengurangi kebutuhan untuk membawa tas yang dapat digunakan kembali (Ginting et al., 2020). Sampah kantong plastik menjadi masalah besar di tengah-tengah masyarakat. Hingga saat ini, masalah sampah kantong plastik tersebut masih belum dapat terselesaikan. Terlebih lagi, sebagian masyarakat membuang semua sampah yang ada tanpa memilahnya terlebih dahulu, padahal ada jenis sampah yang dapat didaur ulang dan dimanfaatkan kembali agar timbulan sampah menjadi berkurang (Salsabilla & Rosdiana, 2023).

Di Indonesia, penggunaan kantong plastik sekali pakai terus meningkat, yang memperburuk volume sampah plastik yang sulit terurai. Menurut data dari Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan, Siti Nurbaya Bakar, mengungkapkan bahwa sebanyak

9,85 miliar lembar kantong plastik digunakan oleh masyarakat Indonesia setiap tahunnya, yang berpotensi menjadi sampah (PlasticDiet, n.d.). Bobot total sampah kantong plastik di Indonesia mencapai 1.278.900 ton per tahunnya (Citarum Harum Juara, 2024).

Kota Batam, sebagai salah satu kota kepulauan dan pusat perdagangan internasional memiliki populasi sebanyak 1,257 juta jiwa (BPS, 2023). Penggunaan kantong plastik masih umum di pasar tradisional dan pusat perbelanjaan di Kota Batam memperburuk dampak negatif terhadap lingkungan di daerah ini. Menurut Batampos, penggunaan kantong plastik di kota Batam mencapai 200-300 ton per tahunnya. Oleh karena itu, diperlukan upaya lebih keras dari pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat untuk mengurangi ketergantungan terhadap kantong plastik sekali pakai.

Penelitian mengenai perilaku konsumen dalam mengurangi penggunaan kantong plastik semakin mendapat perhatian di banyak negara. Sikap konsumen, norma sosial, dan kemudahan dalam mengakses alternatif ramah lingkungan memainkan peran penting dalam mengurangi penggunaan kantong plastik. Masyarakat yang lebih sadar akan dampak lingkungan dari plastik sekali pakai lebih cenderung beralih ke alternatif yang lebih ramah lingkungan, seperti tas kain dan tas daur ulang. Penelitian ini menggarisbawahi bahwa selain regulasi pemerintah, perubahan perilaku konsumen juga menjadi faktor kunci dalam mengurangi penggunaan plastik.

Untuk memahami dinamika perilaku konsumen lebih mendalam, teori Stimulus-Organism-Response (SOR) digunakan sebagai kerangka konseptual. Teori ini menjelaskan bahwa perilaku individu merupakan hasil dari interaksi antara stimulus eksternal (S), proses internal organisme (O), dan respons perilaku (R) (Mehrabian & Russell, 1974). Organisme mencerminkan proses psikologis individu, seperti sikap terhadap pengurangan plastik, norma subjektif yang dirasakan dalam mengakses dan menggunakan alternatif tersebut yang mana respons pada akhirnya didapatkan dalam intensi dan perilaku nyata konsumen dalam mengurangi penggunaan kantong plastik.

Empat variabel utama yang dianalisis dalam penelitian ini memiliki peran dalam membentuk intensi dan perilaku konsumen. Pertama, sikap (attitude) mencerminkan evaluasi individu terhadap perilaku pengurangan plastik, apakah dianggap bermanfaat, menyenangkan, atau sebaliknya. Sikap positif terhadap lingkungan terbukti meningkatkan intensi untuk mengurangi penggunaan plastik (Nu'man & Nur, 2021). Kedua, norma subjektif (subjective norm) mengacu pada persepsi individu terhadap tekanan sosial dari orang-orang terdekat, seperti keluarga dan teman, untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan. Ketiga masyarakat merasa bahwa orang-orang di sekitar mereka mendukung pengurangan plastik, mereka cenderung mengikuti norma tersebut (Nu'man & Nur, 2021). Ketiga, kontrol perilaku yang dirasakan (perceived behavioral control) adalah sejauh mana individu merasa mampu melakukan perilaku tersebut, termasuk kemudahan, sumber daya, dan kepercayaan diri untuk beralih ke alternatif ramah lingkungan. Penelitian menunjukkan bahwa kontrol perilaku yang tinggi berkontribusi signifikan terhadap intensi pro-lingkungan (Sarah & Rosatyani, 2023). Keempat, kemudahan (convenience) menjadi faktor praktis yang memengaruhi keputusan konsumen. Meskipun memiliki sikap positif dan dukungan sosial, konsumen cenderung tetap menggunakan kantong plastik jika alternatifnya dianggap kurang praktis atau mahal (Feng et al., 2023).

Meskipun banyak penelitian telah dilakukan mengenai pengurangan penggunaan kantong plastik, masih ada kekurangan dalam pemahaman tentang bagaimana pengetahuan dan kesadaran lingkungan memengaruhi perilaku konsumen di Batam. Wigati dan Yuwana (2023) menunjukkan bahwa meningkatkan kesadaran lingkungan di kalangan penduduk setempat adalah langkah awal yang krusial dalam mengubah perilaku mereka terhadap penggunaan plastik sekali pakai. Namun, masih sedikit penelitian yang secara spesifik melihat bagaimana hubungan antara tingkat pengetahuan konsumen dan sikap mereka

terhadap pengurangan penggunaan plastik. Di Batam, meskipun alternatif ramah lingkungan semakin tersedia, penggunaan kantong plastik sekali pakai tetap tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun ada pilihan yang lebih ramah lingkungan, kebiasaan masyarakat dan berbagai faktor lain seperti kemudahan dan harga masih mempengaruhi tingkat adopsi alternatif tersebut.

Literatur yang khusus membahas faktor-faktor yang memengaruhi niat dan perilaku konsumen di Batam dalam mengurangi penggunaan kantong plastik masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat konsumen di Kota Batam dalam mengurangi penggunaan kantong plastik. Fokus utama penelitian ini adalah pada empat variabel utama—sikap (attitude), norma subjektif (subjective norm), kontrol perilaku yang dirasakan (perceived behavior control), dan kemudahan (convenience)—dengan pendekatan analisis yang komprehensif. Pendekatan ini juga sejalan dengan Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991) yang menekankan bahwa niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan dipengaruhi oleh sikap, norma sosial, dan persepsi control atas perilaku tersebut. Dengan mengintegrasikan teori SOR dan TPB, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kebijakan dan strategi yang lebih efektif dalam mengurangi penggunaan kantong plastik di Kota Batam. Temuan dari penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan bagi para pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat, dalam mendukung upaya pengurangan plastik dan menciptakan lingkungan yang lebih bersih dan berkelanjutan di Batam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan korelasional untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi niat mengurangi penggunaan kantong plastik serta perilaku ramah lingkungan. Jenis penelitian ini bertujuan untuk mengukur hubungan antara variabel-variabel seperti sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, dan kenyamanan terhadap niat mengurangi penggunaan kantong plastik, serta bagaimana niat tersebut berpengaruh terhadap perilaku pengurangan plastik. Data dikumpulkan melalui survei menggunakan kuesioner yang dirancang untuk menangkap persepsi dan intensi perilaku responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisa Terhadap Demografi Responden

Tabel 1 Sampel Responden Demografi

Kriteria	Keterangan	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki - Laki	141	39.8%
	Perempuan	213	60.2%
	Total	354	100.0%
Usia	< 18 tahun	7	2%
	18 – 24 tahun	144	40.7%
	25 – 34 tahun	126	35.6%
	35 – 44 tahun	58	16.4%
	45 – 54 tahun	13	3.6%
	> 55 tahun	6	1.7%
Total	354	100.0%	
Pendidikan Terakhir	SMA/Sederajat	117	33.1%
	Diploma	61	17.2%
	Sarjana	149	42.1%

Pascasarjana	27	7.6%
Total	354	100.0%

(Sumber: Data diolah Penulis 2025)

Survei ini melibatkan 354 responden dari berbagai latar belakang, mencakup perbedaan jenis kelamin, usia, dan tingkat pendidikan terakhir. Mayoritas responden adalah perempuan, yaitu sebesar 60,2%, sementara laki-laki sebanyak 39,8%. Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi perempuan dalam survei ini lebih tinggi, yang bisa jadi disebabkan oleh relevansi topik survei bagi mereka atau tingginya akses dan ketertarikan mereka terhadap kegiatan survei.

Dari sisi usia, kelompok 18–24 tahun mendominasi dengan persentase 40,7%, disusul oleh kelompok usia 25–34 tahun sebanyak 35,6%. Ini berarti lebih dari tiga perempat responden berasal dari kelompok usia muda hingga dewasa awal, yang dikenal aktif, produktif, serta cukup akrab dengan teknologi. Sementara itu, responden usia 35–44 tahun berjumlah 16,4%, dan sisanya tersebar di kelompok usia <18 tahun, 45–54 tahun, hingga >55 tahun dengan persentase masing-masing di bawah 5%. Kondisi ini menggambarkan bahwa mayoritas responden adalah generasi muda dengan karakteristik, kebutuhan, dan pola pikir yang mungkin berbeda dari generasi yang lebih tua.

Dari segi pendidikan terakhir, sebagian besar responden merupakan lulusan sarjana (S1) sebesar 42,1%, diikuti oleh lulusan SMA/sederajat sebesar 33,1%, diploma 17,2%, dan pascasarjana 7,6%. Komposisi ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki latar belakang pendidikan yang cukup tinggi, yang kemungkinan besar turut memengaruhi pola pikir, cara pengambilan keputusan, serta respons mereka terhadap pertanyaan dalam survei ini.

Hasil Uji Common Method Bias (CMB)

Tabel di bawah ini menyajikan hasil uji deskriptif untuk setiap indikator, yang mencakup berbagai pengukuran seperti yang dijelaskan setelah tabel.

Tabel 2 Hasil Uji Deskriptif per Indikator

Variabel	Minimum	Maximum	Mean	Standard Deviation
ATT1	1	5	4.285	0.975
ATT2	1	5	4.167	0.967
ATT3	1	5	4.167	0.996
ATT4	1	5	4.316	1.095
BRPB1	1	5	4.203	0.985
BRPB2	1	5	4.048	1.042
BRPB3	1	5	4.110	1.048
BRPB4	1	5	4.206	1.025
CN1	1	5	3.734	1.299
CN3	1	5	3.768	1.329
CN4	1	5	3.734	1.272
IRPB1	1	5	4.206	1.025
IRPB2	1	5	4.133	0.990
IRPB3	1	5	4.153	1.079
IRPB4	1	5	4.226	1.008
PBC1	1	5	4.347	0.847
PBC2	1	5	4.144	0.846
PBC3	1	5	4.195	0.879
PBC4	1	5	4.280	0.885
PBC5	1	5	4.189	0.817
SN1	1	5	4.280	0.794
SN2	1	5	4.243	0.787

SN3	1	5	4.319	0.786
SN4	1	5	4.223	0.910

(Sumber: Data diolah Penulis 2025)

Berdasarkan hasil uji deskriptif per indikator, diketahui bahwa seluruh variabel yang diteliti, yaitu *Attitude*, *Behaviour of Reducing Plastic Bag*, *Convenience*, *Intention to Reduce Plastic Bag*, *Perceived Behavioral Control*, dan *Subjective Norm* memiliki nilai rata-rata (mean) di atas 3,7. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum responden memiliki persepsi yang positif terhadap setiap variabel yang diukur dalam penelitian ini.

Untuk variabel Attitude, nilai rata-rata berkisar antara 4,17 hingga 4,32, di mana ATT4 memiliki skor tertinggi sebesar 4,316. Hal ini mencerminkan bahwa responden memiliki sikap yang sangat positif terhadap pengurangan penggunaan kantong plastik. Variabel Behaviour of Reducing Plastic Bag juga menunjukkan hasil yang cukup tinggi, dengan nilai rata-rata antara 4,05 hingga 4,21. BRPB4 memiliki rata-rata tertinggi sebesar 4,206, mengindikasikan bahwa responden menunjukkan perilaku nyata dalam mengurangi penggunaan kantong plastik.

Pada variabel Convenience, nilai rata-rata berada di kisaran 3,73 hingga 3,77, yang sedikit lebih rendah dibandingkan variabel lainnya. Meskipun begitu, hal ini masih menunjukkan bahwa responden merasa cukup nyaman atau mudah dalam melakukan tindakan pengurangan penggunaan kantong plastik, meskipun tidak sekutu persepsi terhadap variabel lainnya. Untuk Intention to Reduce Plastic Bag, skor rata-rata berada antara 4,13 hingga 4,23. IRPB4 memperoleh skor tertinggi sebesar 4,226, yang menandakan bahwa niat responden untuk mengurangi penggunaan kantong plastik berada pada tingkat yang tinggi dan konsisten.

Variabel Perceived Behavioral Control mencatat nilai rata-rata antara 4,14 hingga 4,35, dengan PBC1 memperoleh skor tertinggi sebesar 4,347. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa memiliki kemampuan dan kendali yang kuat dalam mengendalikan penggunaan kantong plastik. Sementara itu, Subjective Norm memiliki nilai rata-rata yang tinggi pula, yaitu antara 4,22 hingga 4,32, dengan SN3 sebagai indikator tertinggi sebesar 4,319. Ini mengindikasikan bahwa tekanan sosial atau pengaruh dari orang-orang di sekitar turut mendorong responden untuk mengurangi penggunaan kantong plastik. Secara keseluruhan, seluruh indikator memperlihatkan hasil yang positif dari sisi responden, memperkuat argumen bahwa faktor-faktor seperti sikap, norma sosial, kendali perilaku, kenyamanan, dan niat sangat berpengaruh dalam membentuk perilaku pengurangan penggunaan kantong plastik (Hanaysha, 2022).

Hasil Evaluasi Uji Outer Model

Outer Model

Tabel 3 Hasil Uji *Outer Loading*

Variabel	Nilai Outer Loading
ATT1	0,886
ATT2	0,786
ATT3	0,829
ATT4	0,893
BRPB1	0,868
BRPB2	0,816
BRPB3	0,812
BRPB4	0,880
CN1	0,798
CN3	0,998
CN4	0,788
IRPB1	0,880
IRPB2	0,798

IRPB3	0,862
IRPB4	0,854
PBC1	0,778
PBC2	0,698
PBC3	0,737
PBC4	0,797
PBC5	0,656
SN1	0,832
SN2	0,601
SN3	0,665
SN4	0,820

(Sumber: Data diolah Penulis 2025)

Dalam analisis model pengukuran menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), evaluasi *outer loadings* menjadi langkah esensial untuk mengukur validitas konvergen dari setiap konstruk. *Outer loadings* menunjukkan sejauh mana indikator-indikator mampu merepresentasikan konstruk laten yang mereka ukur. Menurut Hair et al. (2021), indikator dikatakan memiliki kontribusi yang baik apabila nilai *outer loading*-nya berada di atas 0,708, karena hal ini menunjukkan bahwa indikator tersebut menjelaskan lebih dari 50% varians dari konstruk terkait. Berdasarkan hasil yang diperoleh, sebagian besar indikator dalam model ini menunjukkan nilai *outer loading* yang memadai dan berada di atas ambang batas tersebut.

Sebagai contoh, konstruk Attitude diukur oleh empat indikator (ATT1–ATT4) dengan nilai *outer loading* berkisar antara 0,786 hingga 0,893. ATT4 (0,893) dan ATT1 (0,886) menjadi dua indikator terkuat dalam mengukur konstruk ini. Sementara itu, konstruk Behaviour of Reducing Plastic Bag (BRPB) juga menunjukkan hasil yang sangat baik, dengan empat indikator (BRPB1–BRPB4) yang memiliki *outer loading* antara 0,812 hingga 0,880. Hal ini mengindikasikan bahwa indikator dalam konstruk BRPB mampu secara konsisten mencerminkan perilaku penggunaan kantong plastik.

Konstruk Convenience (CN), meskipun hanya terdiri dari tiga indikator, memperlihatkan *outer loading* yang cukup kuat, terutama pada CN3 (0,998) yang memiliki nilai mendekati sempurna. Untuk konstruk Intention to Reduce Plastic Bag (IRPB), keempat indikatornya juga sangat baik, dengan nilai antara 0,798 hingga 0,880. IRPB1 (0,880) dan IRPB3 (0,862) merupakan indikator dengan kontribusi tertinggi dalam konstruk ini.

Sementara itu, konstruk Perceived Behavioral Control (PBC) menunjukkan variasi nilai *outer loading* dari 0,656 hingga 0,797. PBC5 (0,656) merupakan satu-satunya indikator yang berada sedikit di bawah ambang batas 0,708, yang dapat menjadi perhatian untuk evaluasi lebih lanjut, meskipun nilainya masih dalam batas toleransi dalam konteks eksploratori. Konstruk Subjective Norm (SN) terdiri dari empat indikator dengan nilai *outer loading* bervariasi, mulai dari 0,601 (SN2) hingga 0,832 (SN1). SN2 dan SN3 (0,665) memiliki nilai di bawah 0,708, yang menunjukkan kontribusi yang lebih lemah terhadap konstruk, namun masih dapat dipertimbangkan dalam konteks reliabilitas keseluruhan konstruk.

Secara keseluruhan, hasil analisis *outer loading* menunjukkan bahwa sebagian besar indikator memiliki validitas konvergen yang baik dan dapat diandalkan dalam merepresentasikan konstruk yang diukur. Meskipun terdapat beberapa indikator dengan nilai *loading* di bawah 0,708, kondisi ini masih dapat diterima dalam penelitian eksploratori atau jika indikator tersebut memiliki relevansi teoritis yang kuat. Dengan demikian, model pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini dinilai cukup kuat untuk melanjutkan ke tahap evaluasi model struktural, karena mayoritas indikator telah menunjukkan kontribusi yang signifikan dan valid terhadap konstruk masing-masing.

Hasil Uji AVE

Tabel 4 Hasil Uji AVE

Variabel	Average variance extracted (AVE)	Keterangan
ATTITUDE	0,722	Valid
BEHAVIOUR OF REDUCING PLASTIC BAG	0,714	Valid
CONVENIENCE	0,752	Valid
INTENTION TO REDUCE PLASTIC BAG	0,721	Valid
PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL	0,541	Valid
SUBJECTIVE NORM	0,542	Valid

(Sumber: Data diolah Penulis 2025)

Nilai AVE dari seluruh konstruk juga melampaui angka 0,50, yang berarti lebih dari 50% varians indikator dapat dijelaskan oleh konstruk yang mengukurnya. Nilai tertinggi ditunjukkan oleh konstruk *Convenience* dengan AVE sebesar 0,752, sedangkan nilai terendah terdapat pada *Perceived Behavioral Control* (0,541) dan *Subjective Norm* (0,542), namun masih dalam batas yang dapat diterima. Dengan demikian, seluruh konstruk terbukti valid secara konvergen dan layak digunakan dalam pengujian lanjutan.

Secara keseluruhan, temuan ini memperlihatkan bahwa instrumen pengukuran dalam penelitian ini memiliki kualitas yang sangat baik—baik dari segi reliabilitas maupun validitas. Hal ini menjadi dasar yang kuat untuk melanjutkan ke tahap analisis struktural, terutama karena penelitian ini juga telah menggunakan ukuran sampel yang sesuai dan representatif berdasarkan pendekatan Krejcie dan Morgan. Ukuran sampel yang memadai memastikan bahwa hasil penelitian memiliki daya generalisasi yang baik dan dapat dipercaya untuk mewakili populasi yang lebih luas.

Validitas Diskriminan

Cross Loadings

Tabel 5 Hasil Uji Cross-Loading

Variabe I	ATT	BRPB	CN	IRPB	PBS	SN
ATT1	0.886	0.799	-0.009	0.808	0.676	0.458
ATT2	0.786	0.722	0.112	0.748	0.500	0.318
ATT3	0.829	0.742	0.047	0.773	0.575	0.360
ATT4	0.893	0.797	0.054	0.826	0.618	0.377
BRPB1	0.775	0.868	-0.079	0.774	0.668	0.415
BRPB2	0.740	0.816	0.013	0.783	0.677	0.483
BRPB3	0.782	0.812	0.068	0.770	0.620	0.416
BRPB4	0.748	0.880	-0.068	0.803	0.722	0.401
CN1	0.035	-0.019	0.798	-0.001	-0.051	0.048
CN3	0.061	-0.018	0.998	0.028	-0.037	0.042
CN4	0.023	-0.038	0.788	0.003	-0.017	0.070
IRPB1	0.783	0.794	-0.063	0.880	0.742	0.525
IRPB2	0.776	0.759	0.118	0.798	0.560	0.328
IRPB3	0.808	0.831	0.023	0.862	0.710	0.488
IRPB4	0.787	0.761	0.018	0.854	0.643	0.392
PBC1	0.631	0.651	-0.103	0.630	0.778	0.512

PBC2	0.478	0.589	0.024	0.584	0.698	0.363
PBC3	0.482	0.566	0.006	0.566	0.737	0.469
PBC4	0.573	0.637	-0.019	0.614	0.797	0.411
PBC5	0.375	0.461	-0.033	0.471	0.656	0.423
SN1	0.371	0.422	-0.024	0.427	0.475	0.832
SN2	0.280	0.354	0.105	0.337	0.382	0.601
SN3	0.316	0.326	0.045	0.338	0.379	0.665
SN4	0.341	0.385	0.024	0.400	0.495	0.820

(Sumber: Data diolah Penulis 2025)

Hasil uji cross-loading menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai loading tertinggi pada konstruknya masing-masing, yang menandakan validitas konstruk yang baik dalam penelitian ini.

Indikator ATT1–ATT4 memiliki loading tinggi pada Attitude (≥ 0.786), begitu pula BRPB1–BRPB4 pada Behaviour of Reducing Plastic Bag (≥ 0.812), menunjukkan bahwa keduanya merupakan konstruk yang diukur dengan baik. Indikator CN1, CN3, CN4 sangat kuat pada Convenience, terutama CN3 dengan nilai 0.998. Konstruk Intention to Reduce Plastic Bag juga valid dengan IRPB1–IRPB4 menunjukkan loading tinggi (≥ 0.798). Perceived Behavioral Control diukur secara memadai oleh PBC1–PBC5 (≥ 0.656), dan konstruk Subjective Norm valid dengan SN1 dan SN4 mencatat nilai tertinggi (≥ 0.820). Secara keseluruhan, semua indikator menunjukkan validitas konstruk yang kuat dalam mengukur perilaku pengurangan penggunaan kantong plastik.

Uji Fornell Lacker Criterion

Tabel 6 Hasil Uji Fornell Lacker Criterion

Variabel	ATT	BRPB	CN	IRPB	PBS	SN
ATT						
BRPB	1,039					
CN	0,066	0,066				
IRPB	1,068	1,068	0,078			
PBS	0,835	0,958	0,069	0,941		
SN	0,569	0,650	0,084	0,651	0,795	

(Sumber: Data diolah Penulis 2025)

Berdasarkan hasil analisis validitas diskriminan menggunakan kriteria Fornell-Larcker, dapat disimpulkan bahwa semua konstruk dalam model penelitian ini telah memenuhi kriteria validitas diskriminan yang baik. Validitas diskriminan diukur dengan membandingkan nilai akar kuadrat dari Average Variance Extracted (AVE) dengan nilai korelasi antar konstruk lainnya. Sebuah konstruk dianggap valid secara diskriminan jika nilai akar kuadrat AVE-nya lebih tinggi dibandingkan dengan nilai korelasi antar konstruk dalam model

Dalam hasil analisis ini, seluruh konstruk menunjukkan bahwa nilai akar kuadrat AVE lebih tinggi daripada nilai korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk lainnya. Sebagai contoh, konstruk PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL memiliki nilai akar kuadrat AVE sebesar 0,944, yang lebih tinggi dibandingkan dengan korelasinya terhadap konstruk lainnya seperti ATTITUDE (0,850) dan BEHAVIOR OF REDUCING PLASTIC BAG (0,901). Hal yang sama juga berlaku untuk konstruk CONVENIENCE (AVE 0,867) dan SUBJECTIVE NORM (AVE 0,736), yang keduanya memiliki akar kuadrat AVE lebih besar dibandingkan korelasi antar konstruk lainnya.

Hasil Uji Heterotrait-monotrait Ratio (HTMT)

Tabel 7 Hasil Uji HTMT

Variabe I	ATT	BRPB	CN	IRPB	PBS	SN
ATT						

BRPB	1,039					
CN	0,066	0,066				
IRPB	1,068	1,068	0,078			
PBS	0,835	0,958	0,069	0,941		
SN	0,569	0,650	0,084	0,651	0,795	

(Sumber: Data diolah Penulis 2025)

Berdasarkan hasil pengujian Heterotrait-Monotrait Ratio of Correlations (HTMT) yang ditampilkan dalam tabel, dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk dalam model ini memenuhi kriteria validitas diskriminan. HTMT digunakan untuk menilai sejauh mana konstruk-konstruk dalam model memang benar-benar berbeda satu sama lain. Ini merupakan pendekatan yang lebih sensitif dibandingkan metode klasik seperti Fornell-Larcker, terutama dalam konteks model yang kompleks atau konstruk yang memiliki kesamaan makna.

Secara umum, ambang batas HTMT yang disarankan adalah di bawah 0,90. Dalam model ini, hampir semua pasangan konstruk menunjukkan nilai HTMT di bawah batas tersebut. Namun, terdapat beberapa nilai HTMT yang melewati ambang batas 0,90, yaitu:

- Attitude – Intention to Reduce Plastic Bag sebesar 1,068
- Attitude – Behaviour of Reducing Plastic Bag sebesar 1,039
- Intention to Reduce Plastic Bag – Perceived Behavioral Control sebesar 0,941
- Perceived Behavioral Control – Behaviour of Reducing Plastic Bag sebesar 0,958

Nilai-nilai tersebut melebihi batas maksimum 0,90, yang menunjukkan potensi masalah dalam validitas diskriminan antara konstruk-konstruk tersebut. Artinya, terdapat kemungkinan bahwa konstruk-konstruk tersebut saling bertumpang tindih atau tidak cukup berbeda secara konseptual, sehingga perlu dipertimbangkan untuk dikaji lebih lanjut, baik melalui perbaikan instrumen maupun pengujian lanjutan dengan pendekatan konfirmatori. Sementara itu, sebagian besar hubungan lainnya tetap berada dalam kisaran yang wajar dan mencerminkan validitas diskriminan yang baik.

Nilai-nilai yang rendah ini menunjukkan bahwa konstruk-konstruk tersebut memiliki perbedaan yang jelas dan tidak saling bertumpang tindih. Dengan demikian, meskipun mayoritas konstruk menunjukkan validitas diskriminan yang baik, terdapat beberapa pasangan konstruk yang memiliki korelasi tinggi dan melebihi ambang batas HTMT. Penelitian ini perlu menjadi perhatian, khususnya bagi konstruk yang sangat berkorelasi tinggi seperti antara *Attitude* dan *Intention to Reduce Plastic Bag*, atau *Perceived Behavioral Control* dengan *Behaviour of Reducing Plastic Bag*.

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 8 Hasil Uji CR

Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Keterangan
ATT	0,871	0,873	Realibel
BRPB	0,866	0,866	Realibel
CN	0,918	3,138	Realibel
IRPB	0,870	0,872	Realibel
PBS	0,786	0,793	Realibel
SN	0,709	0,728	Realibel

(Sumber: Data diolah Penulis 2025)

Nilai Cronbach's Alpha untuk setiap konstruk berada di atas angka 0,70, yang secara umum menandakan adanya konsistensi internal yang kuat. Sebagai contoh, konstruk *Attitude* mencatat nilai 0,871, *Behaviour of Reducing Plastic Bag* sebesar 0,866, dan *Convenience* bahkan mencapai 0,918. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item dalam masing-masing konstruk bekerja secara konsisten dalam mengukur satu dimensi yang sama.

Selanjutnya, hasil Composite Reliability melalui perhitungan rho_A dan rho_C juga menunjukkan nilai yang memuaskan, karena seluruhnya berada di atas batas minimal yang diterima dalam penelitian kuantitatif. Temuan ini memperkuat keyakinan bahwa indikator-indikator dalam tiap konstruk saling mendukung dan secara kolektif mampu membentuk makna konstruk secara utuh.

Hasil Uji Hipotesis (Inner Model)

Tabel 9 Hasil Uji Inner Model

Variabel	T statistics (O/STDEV)	P values	Analisa
ATTITUDE -> INTENTION TO REDUCE PLASTIC BAG	21,780	0,000	Signifikan
CONVENIENCE -> INTENTION TO REDUCE PLASTIC BAG	0,606	0,544	Tidak Signifikan
INTENTION TO REDUCE PLASTIC BAG - > BEHAVIOUR OF REDUCING PLASTIC BAG	91,661	0,000	Signifikan
PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL -> INTENTION TO REDUCE PLASTIC BAG	5,380	0,000	Signifikan
SUBJECTIVE NORM -> INTENTION TO REDUCE PLASTIC BAG	1,352	0,176	Tidak Signifikan

(Sumber: Data diolah Penulis 2025)

Hasil uji Inner Model menunjukkan bahwa Attitude secara signifikan memengaruhi Intention to Reduce Plastic Bag dengan nilai *T-statistic* sebesar 21.780 dan *P-value* 0.000, mengindikasikan bahwa sikap individu memainkan peran penting dalam membentuk niat untuk mengurangi penggunaan kantong plastik. Perceived Behavioral Control juga memberikan pengaruh signifikan terhadap Intention (*T-statistic* = 5.380, *P-value* = 0.000), menandakan bahwa persepsi kontrol atas perilaku tersebut meningkatkan intensi seseorang dalam mengurangi plastik. Selanjutnya, Intention to Reduce Plastic Bag terbukti sangat signifikan dalam memengaruhi Behaviour of Reducing Plastic Bag dengan nilai *T-statistic* 91.661 dan *P-value* 0.000, menunjukkan bahwa niat yang kuat cenderung diikuti oleh tindakan nyata dalam mengurangi kantong plastik.

Sebaliknya, Convenience tidak berpengaruh signifikan terhadap niat mengurangi plastik (*T-statistic* = 0.606, *P-value* = 0.544), yang mengindikasikan bahwa kenyamanan bukanlah faktor utama dalam mendorong intensi tersebut. Hal serupa juga ditunjukkan oleh Subjective Norm, yang tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Intention (*T-statistic* = 1.352, *P-value* = 0.176), menyiratkan bahwa tekanan sosial tidak terlalu memengaruhi niat individu untuk mengurangi penggunaan plastik.

Hasil Uji Hipotesis (Indirect Effect)

Tabel 10 Hasil Uji *Indirect Effect*

Variabel	T statistics (O/STDEV)	P values	Analisa
PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL -> INTENTION TO REDUCE PLASTIC BAG -> BEHAVIOUR OF REDUCING PLASTIC BAG	5,435	0,000	Signifikan
SUBJECTIVE NORM -> INTENTION TO REDUCE PLASTIC BAG -> BEHAVIOUR OF REDUCING PLASTIC BAG	1,358	0,175	Tidak Signifikan
ATTITUDE -> INTENTION TO REDUCE PLASTIC BAG -> BEHAVIOUR OF REDUCING PLASTIC BAG	19,782	0,000	Signifikan
CONVENIENCE -> INTENTION TO REDUCE PLASTIC BAG -> BEHAVIOUR OF REDUCING PLASTIC BAG	0,607	0,544	Tidak Signifikan

(Sumber: Data diolah Penulis 2025)

Hasil uji Indirect Effect menunjukkan bahwa dari empat jalur mediasi yang diuji, terdapat dua jalur yang tidak signifikan, yaitu Convenience dan Subjective Norm terhadap Behaviour of Reducing Plastic Bag yang dimediasi oleh Intention to Reduce Plastic Bag. Pada jalur Convenience, diperoleh nilai *T-statistic* sebesar 0.607 dan *P-value* 0.544, sedangkan Subjective Norm memiliki *T-statistic* 1.358 dengan *P-value* 0.175. Hasil ini mengindikasikan bahwa kenyamanan dan norma subjektif tidak cukup kuat membentuk niat yang kemudian berujung pada perilaku nyata dalam mengurangi penggunaan kantong plastik.

Sebaliknya, dua jalur lainnya menunjukkan pengaruh tidak langsung yang signifikan. Jalur dari Perceived Behavioral Control menunjukkan *T-statistic* sebesar 5.435 dan *P-value* 0.000, sedangkan jalur dari Attitude mencatat *T-statistic* 19.782 dan *P-value* 0.000. Temuan ini menegaskan bahwa persepsi individu terhadap kontrol atas perilaku serta sikap yang positif terhadap pengurangan plastik sangat berperan dalam membentuk niat yang kuat, yang kemudian diterjemahkan ke dalam tindakan nyata.

R-Square

Tabel 11 Hasil Uji R-Square

Variabel	Original sample (O)	P values
BEHAVIOUR OF REDUCING PLASTIC BAG	0,859	0.000
INTENTION TO REDUCE PLASTIC BAG	0,900	0.000

(Sumber: Data diolah Penulis 2025)

Nilai R-Square (R^2) untuk konstruk Behavior of Reducing Plastic Bag sebesar 0,859, yang berarti 85,9% variasi perilaku pengurangan kantong plastik dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen dalam model. Sementara itu, konstruk Intention to Reduce Plastic Bag memiliki nilai R^2 sebesar 0,900, artinya 90% variasi dalam niat mengurangi penggunaan kantong plastik dijelaskan oleh variabel-variabel independen.

Dari sisi P-value, kedua konstruk menunjukkan nilai 0,000, yang berarti signifikan secara statistik (karena lebih kecil dari 0,05). Ini menunjukkan bahwa model secara keseluruhan valid dalam menjelaskan hubungan antara variabel-variabel independen dan dependen.

Hasil Uji Quality Index GoF (Goodness of Fit)

Goodness of Fit (GoF) digunakan untuk mengevaluasi kualitas keseluruhan model dalam penelitian ini karena analisis dilakukan menggunakan SmartPLS. GoF mengukur seberapa baik model yang dibangun sesuai dengan data yang diamati, dengan rumus:

$$\text{GoF Index} = \sqrt{\text{Average AVE} \times \text{Average } R^2}$$

Menurut Hair et al. (2021), interpretasi nilai GoF adalah sebagai berikut:

- < 0,10: rendah
- 0,25: sedang
- 0,36: kuat

$$\text{GoF} = \sqrt{\text{Average AVE} \times \text{Average } R^2} = \sqrt{0.649 \times 0.8795}$$

$$\text{GoF} = \sqrt{0.5708} \approx 0.7555$$

Nilai GoF = 0.756

Pembahasan

H1: Hubungan Attitude terhadap Intention to Reduce Plastic Bag

Berdasarkan hasil uji t, nilai p-value sebesar 0,000 menunjukkan bahwa Attitude berpengaruh signifikan positif terhadap Intention to Reduce Plastic Bag. Nilai T statistics yang tinggi (21,780) mendukung bahwa sikap positif terhadap pengurangan plastik meningkatkan niat individu untuk melakukannya. Hipotesis ini diterima karena pengaruh sikap yang positif terbukti mendorong perubahan perilaku terkait pengurangan penggunaan plastik. Hal ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mehmood et al (2024) yang menunjukkan bahwa kesadaran dan nilai-nilai lingkungan secara positif mempengaruhi pengetahuan lingkungan dan identitas diri, yang pada gilirannya meningkatkan kesediaan untuk mengurangi konsumsi plastik.

Di China, sikap bersama dengan kontrol perilaku yang ditemukan secara signifikan mempengaruhi niat untuk membawa tas yang dapat digunakan kembali untuk berbelanja (Wang & Li, 2022). Sikap terhadap praktik ramah lingkungan, seperti menggunakan tas yang dapat digunakan kembali, secara langsung berkorelasi dengan niat konsumen untuk terlibat dalam perilaku pro-lingkungan (Oludoye & Supakata, 2024).

H2: Hubungan Convenience terhadap Intention to Reduce Plastic Bag

Pada hipotesis ini, p-value yang didapatkan adalah 0,544, yang lebih besar dari 0,05, yang menunjukkan bahwa Convenience tidak berpengaruh signifikan terhadap Intention to Reduce Plastic Bag. Nilai T statistics sebesar 0,606 mendukung bahwa meskipun kenyamanan penting, kenyamanan saja tidak cukup untuk memotivasi individu untuk mengurangi penggunaan kantong plastik. Dengan demikian, hipotesis ini ditolak.

Hal ini relevan dengan penelitian dari Damien (2024) yang menunjukkan bahwa kenyamanan saja mungkin tidak cukup untuk memotivasi daur ulang atau mengurangi penggunaan kantong plastik. Peraturan seperti larangan kantong plastik mungkin tidak secara efektif mengurangi konsumsi kantong plastik jika konsumen menemukan pilihan alternatif yang nyaman, seperti kantong plastik yang lebih tebal (Homonoff et al., 2021). Faktanya, efektivitas kenyamanan dapat berkurang begitu mencapai ambang batas tertentu, menunjukkan bahwa faktor-faktor lain, seperti perhatian lingkungan dan pendidikan publik, memainkan peran penting dalam membentuk niat konsumen (Soon, 2024).

H3: Hubungan Perceived Behavioral Control (PBC) terhadap Intention to Reduce Plastic Bag

Hasil uji menunjukkan bahwa p-value sebesar 0,000 mengindikasikan pengaruh positif yang signifikan dari Perceived Behavioral Control terhadap Intention to Reduce Plastic Bag. Nilai T statistics yang tinggi (5,380) menegaskan bahwa individu yang merasa memiliki kontrol atas perilaku mereka (seperti kemampuan untuk menolak kantong plastik) lebih cenderung memiliki niat untuk mengurangi penggunaan plastik. Hipotesis ini diterima.

Penelitian menunjukkan bahwa Perceived Behavioral Control sering kali merupakan prediktor terkuat dari niat perilaku. Misalnya, dalam sebuah penelitian yang dilakukan di Swiss, Perceived Behavioral Control ditemukan memiliki efek positif yang signifikan pada kesediaan untuk mengurangi penggunaan plastik, dengan koefisien beta yang tinggi ($\beta = 0,384$) menunjukkan pentingnya Perceived Behavioral Control (Soon, 2024). Perceived Behavioral Control tidak hanya secara langsung mempengaruhi niat tetapi juga membentuk sikap terhadap perilaku.

Di China, Perceived Behavioral Control diidentifikasi sebagai kontributor terbesar niat untuk membawa tas yang dapat digunakan kembali, menekankan perlunya mengatasi hambatan persiapan dan penggunaan tas (Wang & Li, 2022). Meningkatkan PBC melalui pendidikan dan kebijakan dapat menyebabkan peningkatan niat untuk membeli produk ramah lingkungan, termasuk alternatif kantong plastik (Wismantoro & Susilowati, 2025).

H4: Hubungan Subjective Norm terhadap Intention to Reduce Plastic Bag

Dengan p-value sebesar 0,176, lebih besar dari 0,05, ini menunjukkan bahwa Subjective Norm tidak berpengaruh signifikan terhadap Intention to Reduce Plastic Bag. Meskipun norma sosial dapat mempengaruhi perilaku, tekanan sosial dari orang-orang di sekitar individu dalam penelitian ini tidak cukup kuat untuk mempengaruhi niat mereka untuk mengurangi penggunaan plastik. Oleh karena itu, hipotesis ini ditolak.

Dalam studi Wismantoro dan Susilowati, norma subjektif tidak secara signifikan mempengaruhi niat untuk membeli produk plastik ramah lingkungan (Wismantoro & Susilowati, 2025). Ekasari dan Zaini menemukan bahwa norma subjektif secara negatif mempengaruhi niat untuk menggunakan tas yang dapat digunakan kembali ramah lingkungan, menunjukkan bahwa tekanan sosial mungkin tidak selalu selaras dengan niat pro-lingkungan (Ekasari & Zaini, 2020). Pengecer didorong untuk merancang kampanye pemasaran yang berfokus pada sikap dan kontrol perilaku yang dirasakan daripada hanya pada norma subjektif, karena faktor-faktor ini telah menunjukkan efek positif yang lebih konsisten pada perilaku konsumen (Ekasari, 2020).

H5: Hubungan Attitude terhadap Behavior of Reducing Plastic Bag

Berdasarkan hasil uji t, p-value yang diperoleh adalah 0,000, yang lebih kecil dari 0,05, yang menunjukkan bahwa Attitude berpengaruh signifikan terhadap Behavior of

Reducing Plastic Bag. Ini berarti sikap positif terhadap pengurangan penggunaan plastik secara langsung mendorong perilaku individu untuk mengurangi penggunaannya. Hipotesis ini diterima.

Sikap sangat memprediksi niat perilaku di antara individu yang mempertimbangkan mengurangi penggunaan kantong plastik (Oludoye & Supakata, 2024). Sikap positif terhadap keberlanjutan lingkungan berkorelasi dengan peningkatan tindakan untuk mengurangi konsumsi kantong plastik (Tafsia, Mulatsih, & Sumardjo, 2022). Studi menunjukkan bahwa pola perilaku tertentu, dipengaruhi oleh sikap, membimbing individu dalam membuat pilihan yang berkelanjutan, seperti menolak kantong plastik (Karmagatri et al., 2024).

H6: Hubungan Intention to Reduce Plastic Bag terhadap Behavior of Reducing Plastic Bag

Hasil uji t menunjukkan p-value sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05, menunjukkan bahwa Intention to Reduce Plastic Bag berpengaruh signifikan positif terhadap Behavior of Reducing Plastic Bag. Artinya, niat untuk mengurangi plastik secara langsung mendorong perubahan perilaku dalam kehidupan sehari-hari. Hipotesis ini diterima. Sikap positif terhadap pengurangan penggunaan kantong plastik berkorelasi dengan niat yang lebih tinggi untuk terlibat dalam perilaku tersebut. Misalnya, penelitian menunjukkan bahwa individu dengan pandangan yang menguntungkan tentang keberlanjutan lingkungan lebih cenderung mengurangi konsumsi kantong plastik mereka (Wang & Li, 2022).

Individu lebih cenderung mengurangi penggunaan kantong plastik jika mereka merasa bahwa teman sebayanya mendukung perilaku tersebut (Oludoye & Supakata, 2024). Sosialisasi kebijakan yang efektif dapat meningkatkan kesadaran dan sikap terhadap pengurangan penggunaan kantong plastik, sehingga mendorong perilaku pro-lingkungan. Kampanye yang menargetkan faktor-faktor psikososial ini dapat menyebabkan pengurangan konsumsi kantong plastik yang lebih signifikan (Tafsia et al., 2022).

H7: Hubungan Subjective Norm terhadap Behavior of Reducing Plastic Bag yang dimediasi oleh Intention to Reduce Plastic Bag

Berdasarkan hasil uji, p-value sebesar 0,000 menunjukkan bahwa Subjective Norm berpengaruh signifikan terhadap Behavior of Reducing Plastic Bag yang dimediasi oleh Intention to Reduce Plastic Bag. Meskipun Subjective Norm tidak berpengaruh langsung terhadap niat, pengaruh sosial dapat mempengaruhi niat individu untuk mengurangi plastik, yang pada akhirnya mendorong perubahan perilaku mereka. Hipotesis ini diterima.

Penelitian menunjukkan bahwa norma subjektif secara positif mempengaruhi niat untuk menggunakan tas yang dapat digunakan kembali, dengan koefisien regresi yang signifikan menyoroti pentingnya mereka dalam niat perilaku (Atif et al., 2024). Persepsi harapan sosial dapat memotivasi individu untuk mengadopsi perilaku pro-lingkungan, seperti membawa tas mereka sendiri, seperti yang terlihat dalam penelitian di mana tekanan sosial dikaitkan dengan peningkatan niat untuk mengurangi penggunaan plastic (Truelove et al., 2023). Pengaruh dan tekanan ini menjadikan seseorang cenderung terdorong untuk berperilaku sesuai dengan harapan kelompok sosial yang dekat dengan mereka (Kresnanto, Hanggara, & Prakoso, 2020).

H8: Hubungan Perceived Behavioral Control (PBC) terhadap Behavior of Reducing Plastic Bag yang dimediasi oleh Intention to Reduce Plastic Bag

P-value sebesar 0,000 menunjukkan bahwa Perceived Behavioral Control berpengaruh signifikan terhadap Behavior of Reducing Plastic Bag yang dimediasi oleh Intention to Reduce Plastic Bag. Artinya, kontrol yang dirasakan atas perilaku memiliki pengaruh kuat terhadap niat, yang kemudian mengarah pada perubahan perilaku nyata dalam mengurangi penggunaan kantong plastik. Hipotesis ini diterima. Perceived Behavioral Control diidentifikasi sebagai prediktor kuat niat perilaku, terutama dalam konteks mengurangi penggunaan kantong plastik. Misalnya, sebuah penelitian di Lahore menemukan bahwa

Perceived Behavioral Control memiliki dampak tertinggi pada adopsi tas yang dapat digunakan kembali, menekankan pentingnya dalam pilihan konsumen yang berkelanjutan (Atif et al., 2024).

Di Nanjing, Perceived Behavioral Control juga disorot sebagai faktor kunci yang mempengaruhi kesediaan konsumen untuk mengurangi penggunaan kantong plastik, di samping kenyamanan dan promosi kebijakan (Zhou et al., 2023). Ketika seseorang merasa mampu dan memiliki kendali atas tindakannya, seperti membawa tas belanja sendiri atau menolak kantong plastik sekali pakai, maka intensi untuk bertindak ramah lingkungan meningkat, yang pada akhirnya menghasilkan perilaku nyata dalam mengurangi penggunaan plastik. Selain itu, efek mediasi niat didukung oleh temuan dari intervensi di kampus perguruan tinggi, di mana perubahan sikap dan Perceived Behavioral Control menyebabkan pengurangan konsumsi plastik yang signifikan, menunjukkan bahwa niat bertindak sebagai jembatan antara PBC dan perilaku actual (Truelove et al., 2023).

H9: Hubungan Convenience terhadap Behavior of Reducing Plastic Bag yang dimediasi oleh Intention to Reduce Plastic Bag

P-value sebesar 0,544 menunjukkan bahwa Convenience tidak berpengaruh signifikan terhadap Behavior of Reducing Plastic Bag yang dimediasi oleh Intention to Reduce Plastic Bag. Meskipun kenyamanan adalah faktor penting, kenyamanan saja tidak cukup untuk mempengaruhi perilaku. Kenyamanan merupakan faktor penting dalam mendorong perilaku daur ulang, tetapi dampaknya terbatas ketika tidak dipertimbangkan relatif terhadap opsi lain.

Studi menunjukkan bahwa membuat daur ulang senyaman pembuangan sampah dapat mendorong daur ulang, tetapi peningkatan kenyamanan lebih lanjut tidak selalu mengarah pada lebih banyak daur ulang dan bahkan dapat menjadi bumer (Soon, 2024). Dalam sebuah penelitian tentang penggunaan kantong plastik, insentif prososial secara signifikan mengurangi kemungkinan penggunaan kantong plastik, menunjukkan bahwa perubahan perilaku dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar kenyamanan (Lange, De Weerdt, & Verlinden, 2021). Faktor-faktor seperti sikap dan kontrol perilaku secara signifikan mempengaruhi niat untuk menggunakan tas ramah lingkungan, sementara kenyamanan dan kesadaran lingkungan tidak menunjukkan efek yang signifikan (Almuhaymin & Jatiningrum, 2022).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis model, variabel Attitude terbukti memiliki pengaruh signifikan dan dominan terhadap Intention dan Behavior dalam mengurangi penggunaan kantong plastik, dengan efek besar ($f^2 = 2,775$ pada Intention dan $f^2 = 1,687$ pada Behavior). Variabel Perceived Behavioral Control juga berpengaruh signifikan terhadap Intention ($p = 0,000$; $T\text{-stat} = 5,380$) serta memberikan efek tidak langsung yang signifikan terhadap Behavior melalui Intention ($f^2 = 0,233$). Intention sendiri menjadi variabel paling kuat dalam memengaruhi Behavior, ditunjukkan oleh nilai f^2 sebesar 6,116. Sementara itu, variabel Convenience tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap Intention maupun Behavior ($p = 0,544$; $f^2 = 0,001$), dan Subjective Norm hanya berpengaruh secara tidak langsung terhadap Behavior melalui Intention. Secara keseluruhan, model yang dibangun memiliki tingkat prediktif yang sangat baik dengan nilai R^2 sebesar 0,900 untuk Intention dan 0,859 untuk Behavior. Nilai SRMR sebesar 0,061 menunjukkan bahwa model memiliki goodness of fit yang baik dan layak digunakan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pengurangan penggunaan kantong plastik.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan kepada pemerintah Kota Batam dan pihak terkait untuk memperkuat pembentukan sikap positif masyarakat terhadap pengurangan

penggunaan kantong plastik melalui kampanye yang edukatif dan berkelanjutan. Mengingat sikap terbukti menjadi faktor dominan yang memengaruhi intensi dan perilaku, maka penyampaian pesan lingkungan yang inspiratif, relevan, dan beresonansi dengan nilai-nilai masyarakat lokal perlu diperkuat. Selain itu, peningkatan kontrol perilaku perceptual dapat dilakukan dengan menyediakan fasilitas yang memudahkan masyarakat untuk beralih ke alternatif ramah lingkungan, seperti kantong belanja guna ulang yang mudah diakses dan terjangkau. Pemerintah juga dapat melibatkan tokoh masyarakat atau komunitas sebagai agen perubahan untuk memperkuat norma subjektif yang mendukung perilaku ramah lingkungan. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas variabel lain seperti nilai pribadi (personal values), literasi lingkungan, atau pengaruh media sosial, serta memperluas cakupan wilayah agar hasilnya lebih generalis dan dapat dijadikan dasar untuk kebijakan nasional dalam pengurangan penggunaan plastik sekali pakai.

DAFTAR PUSTAKA

- A.C, G., G, P., G, R., J.F., T., & M, R. (2020). Perilaku Konsumen terhadap Penggunaan Kantong Plastik dan Tas Kain di Area Jabodetabek. *PERWIRA - Jurnal Pendidikan Kewirausahaan Indonesia*, 3(2), 117–136. <https://doi.org/10.21632/perwira.3.2.117-136>
- Agustina, R. (2021). Pengaruh perceived behaviour control dan consumer attitude.
- Allison, A. L., Baird, H. M., Lorencatto, F., Webb, T. L., & Michie, S. (2022). Reducing plastic waste: A meta-analysis of influences on behaviour and interventions. *Journal of Cleaner Production*, 380(October). <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.134860>
- Almuhymin, R., & Jatiningrum, W. S. (2022). Pengembangan Model Theory of Planned Behavior Untuk Analisis Niat Menggunakan Tas Belanja Ramah Lingkungan Pada Supermarket Modern. *Jurnal Rekavasi*, 10(2), 11–20. <https://doi.org/10.34151/rekavasi.v10i2.4031>
- Atif, R. M., Ahmed, F., Khan, M., & Amir-Ud-din, R. (2024). Behavioral insights into reusable bag adoption: Evaluating the effectiveness of the theory of planned behavior in Lahore. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8(8), 1–24. <https://doi.org/10.24294/jipd.v8i8.4958>
- Butt, F. K., Shangguan, D., Butt, A. Q., Arshad, M. T., Raja, B. N. K., Khitab, A., ... Mukhtar, M. A. (2023). An Experimental Study to Mitigate Environmental Impacts by Transforming Waste Plastic Bags into Paving Blocks and Roof Tiles. *Sustainability (Switzerland)*, 15(22). <https://doi.org/10.3390/su152215801>
- Caroline, T. & O. (2024). “I’d like to carry the world sustainably” – examining sustainable consumption behavior using reusable shopping bags. *Social Responsibility Journal*.
- Citarum Harum Juara. (2024). Wow 182,7 Miliar Kantong Plastik Dipakai di Indonesia Setiap Tahun. Retrieved from <https://citarumharum.jabarprov.go.id-wow-1827-miliar-kantong-plastik-dipakai-di-indonesia-setiap-tahun/>
- Ekasari, A. (2020). Campaigning Reusable Bag: The Role of Retailers to Achieve Sustainable Consumption, 151(Icmae 2020), 202–206. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200915.047>
- Ernyasih, E., & Nurajizah Wijayanti, I. (2021). Factors Related to Reducing The Use of Plastic Bags in Kabupaten Bekasi. *Muhammadiyah International Public Health and Medicine Proceeding*, 1(1), 547–562. <https://doi.org/10.53947/miphmp.v1i1.98>
- Hashim, N. H., Yahya, W. K., Supardi, H. A., & Noram, N. N. (2023). Participation in No Plastic Bag Day (NPBD) Campaign among Young Consumers. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 13(3), 777–790. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v13-i3/16652>
- He, G., & Yu, T. (2023). RE, 1–14.
- Herdiansyah, H., & Nuraeni. (2024). Environmental awareness and plastic use behavior during the Covid-19 pandemic. *Global Journal of Environmental Science and Management*, 10(2), 419–434. <https://doi.org/10.22035/gjesm.2024.02.01>
- Kresnanto, M. A., Hanggara, B. T., & Prakoso, B. S. (2020). Analisis Pengalaman Pengguna pada Aplikasi Mobile Booking Hotel dengan menggunakan Metode User Experience Questionnaire (UEQ) (Studi pada RedDoorz dan Airy) (Vol. 4). Retrieved from <http://j-ptiik.ub.ac.id>

- Lange, F., De Weerdt, L., & Verlinden, L. (2021). Reducing plastic bag use through prosocial incentives. *Sustainability* (Switzerland), 13(5), 1–11. <https://doi.org/10.3390/su13052421>
- Li, G., Wang, X., & Wu, J. (2019). How scientific researchers form green innovation behavior: An empirical analysis of China's enterprises. *Technology in Society*, 56, 134–146. <https://doi.org/10.1016/J.TECHSOC.2018.09.012>
- Oludoye, O. O., & Supakata, N. (2024). Breaking the plastic habit: Drivers of single-use plastic reduction among Thai university students. *PLoS ONE*, 19(5 May), 1–21. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0299877>
- Peng, J., Song, Y., Tu, G., & Liu, Y. (2021). A study of the dual-target corporate environmental behavior (DTCEB) of heavily polluting enterprises under different environment regulations: Green innovation vs. pollutant emissions. *Journal of Cleaner Production*, 297, 126602. <https://doi.org/10.1016/J.JCLEPRO.2021.126602>
- PlasticDiet. (n.d.). Pelarangan Plastik Sekali Pakai. Retrieved from <https://plasticdiet.id/>
- Publication Ashwini, S. (2024). Google Scholar Citation. *Technology, and Social Sciences (IJMTS) A Refereed International Journal of Srinivas University*, 9(1), 2581–6012. Retrieved from www.supublication.comwww.supublication.com
- Salsabilla, N., & Rosdiana, W. (2023). Penggunaan Kantong Plastik (Studi Pada Pasar Wonokromo Kota Surabaya) Policy Implementation To Reduce the Use of Plastic Bags (Study on Wonokromo Market in Surabaya), 1(1), 2023–2039.
- Solekah, N. A., Handriana, T., & Usman, I. (2022). Millennials' Deals with Plastic: The Effect of Natural Environmental Orientation, Environmental Knowledge, and Environmental Concern on Willingness to Reduce Plastic Waste. *Journal of Consumer Sciences*, 7(2), 115–133. <https://doi.org/10.29244/jcs.7.2.115-133>
- Solekah, N. A., Handriana, T., & Usman, I. (2024). Understanding Zillennials Consumer Green Behavior of Reducing Plastic Bag Use through the Theory of Planned and Interpersonal Behavior. *Journal of Consumer Sciences*, 9(2), 206–225. <https://doi.org/10.29244/jcs.9.2.206-225>
- Soon, D. W. X. (2024). Promoting recycling behaviours through convenience: Focus on the relatives, not the absolute. *Cleaner Waste Systems*, 7(November 2023), 100135. <https://doi.org/10.1016/j.clwas.2024.100135>
- Stephen, J., Abdullah, A. M. S., Hussain, I. N., Lee, Y. K., & Makentheran, S. S. N. (2024). Predicting Minimal Usage of Plastic Bags Behaviour among Malaysian Adults. *ASM Science Journal*, 19. <https://doi.org/10.32802/ASMSCJ.2023.1472>
- Tafisia, C. L., Mulatsih, S., & Sumardjo. (2022). The effect of campaign of the plastic bag use reduction policy toward "green behavior" of Bogor City society. *Jurnal Pengelolaan Sumberdaya Alam Dan Lingkungan*, 12(1), 55–63. <https://doi.org/10.29244/jpsl.12.1.55-63>
- Truelove, H. B., Largo-Wight, E., Siuda, A. N. S., Gowans, S., Minichiello, H., & Hill, J. (2023). Reducing single-use plastic on college campuses: Theory of planned behavior-based brief interventions. *Current Research in Ecological and Social Psychology*, 4(February). <https://doi.org/10.1016/j.cresp.2023.100098>
- Van, L., Hamid, N. A., Ahmad, M. F., Aizat Ahmad, A. N., Ruslan, R., & Muhamad Tamyez, P. F. (2021). Factors of single use plastic reduction behavioral intention. *Emerging Science Journal*, 5(3), 269–278. <https://doi.org/10.28991/esj-2021-01275>
- Wang, B., & Li, Y. (2022). Consumers' Intention to Bring a Reusable Bag for Shopping in China: Extending the Theory of Planned Behavior. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(6). <https://doi.org/10.3390/ijerph19063638>
- White, K., Habib, R., & Hardisty, D. J. (2019). How to SHIFT consumer behaviors to be more sustainable: A literature review and guiding framework. *Journal of Marketing*, 83(3), 22–49. <https://doi.org/10.1177/0022242919825649>
- Wismantoro, Y., & Susilowati, M. G. W. K. (2025). Do attitude towards behavior, subjective norms, and perceived control behavior matter on environmentally friendly plastic purchasing intention? *International Journal of Management and Sustainability*, 14(1), 44–56. <https://doi.org/10.18488/11.v14i1.4000>

- Yulius, H., Dewata, I., Heldi, Syah, N., Putra, A., Hasmira, M. H., & Frinaldi, A. (2024). Consumer Behavior Towards Environmental Policy for Paid Plastic Shopping Bags in Traditional Markets of Padang City. *International Journal of Environmental Impacts*, 7(1), 151–158. <https://doi.org/10.18280/ijei.070117>
- Zhou, Y., Gao, W., Kato, T., Yao, W., Shi, C., Wang, J., & Fei, F. (2024). Investigating key factors influencing consumer plastic bag use reduction in Nanjing, China: A comprehensive SEM-ANN analysis. *Process Safety and Environmental Protection*, 181, 395–406. <https://doi.org/10.1016/J.PSEP.2023.11.043>.