

Artikel Hasil Penelitian

Pengaruh *Environmental Sustainability Government Initiatives* terhadap *Green Practices*, *Environmental Awareness*, dan *Environmental Consciousness* pada *Skincare*

Fadhil Taufik Zhafran^{a)}

*Department of Management, Faculty of Business and Economics
Universitas Islam Indonesia, Sleman, Special Region of Yogyakarta
Indonesia*

^{a)}Corresponding author: 18311121@students.uii.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini mengevaluasi pengaruh *environmental sustainability government initiatives* terhadap *green practices*, *environmental awareness*, dan *environmental consciousness* oleh konsumen Generasi Z. Data diperoleh melalui survei mandiri yang ditujukan kepada kelompok Gen Z, dengan total 250 responden. Analisis dilakukan menggunakan *pendekatan partial least squares structural equation modeling* (PLS-SEM). Temuan penelitian menunjukkan bahwa SPI, EA, dan EC secara signifikan berkontribusi positif terhadap GP, sementara ESGI tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Penelitian ini juga menguji fungsi mediasi dari variabel EC dan EA dalam proses adopsi serta implementasi perilaku ramah lingkungan. Selain itu, ditemukan adanya efek moderasi berdasarkan gender dalam model yang dianalisis. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menekankan peran penting *platform* sosial dalam mendorong perilaku berkelanjutan di kalangan Gen Z, memberikan arahan strategis bagi pelaku bisnis dan pemasar dalam mengembangkan kampanye inisiatif hijau mereka.

Kata Kunci: *environmental sustainability, green practices environmental awareness, environmental consciousness*

PENDAHULUAN

Isu keberlanjutan lingkungan (*environmental sustainability*) semakin menjadi perhatian global seiring meningkatnya dampak negatif aktivitas industri terhadap ekosistem. Pemerintah di berbagai negara, termasuk Indonesia, telah menginisiasi berbagai kebijakan dan program yang berfokus pada keberlanjutan lingkungan atau *environmental sustainability government initiatives* (ESGI). Inisiatif ini bertujuan mengurangi dampak pencemaran, mengedukasi masyarakat, dan mendorong penerapan praktik ramah lingkungan di berbagai sektor, termasuk industri kecantikan dan perawatan kulit (*skincare*).

Menurut Dangelico dan Vocalelli (2017), dukungan pemerintah dalam bentuk regulasi, insentif, dan kampanye publik dapat meningkatkan kesadaran lingkungan (*environmental awareness*) dan membentuk kesadaran ekologis (*environmental consciousness*) di

masyarakat. Hal ini menjadi penting mengingat konsumen, khususnya Generasi Z, cenderung lebih kritis terhadap isu keberlanjutan dan menuntut transparansi dari merek yang mereka gunakan.

Di industri *skincare*, penerapan *green practices* seperti penggunaan bahan alami, kemasan ramah lingkungan, dan proses produksi berkelanjutan menjadi salah satu indikator keberhasilan implementasi ESGI. Kebijakan lingkungan yang kuat dapat mendorong perubahan perilaku konsumsi menuju produk yang lebih ramah lingkungan (Hijrah *et al.*, 2025).

Sementara itu, menurut Peattie dan Crane (2005), kesadaran lingkungan yang terbentuk melalui edukasi dan regulasi akan meningkatkan niat beli konsumen terhadap produk *green*. Oleh karena itu, memahami pengaruh ESGI terhadap *green practices*, *environmental awareness*, dan *environmental consciousness* dalam konteks penggunaan *skincare* menjadi penting, tidak hanya bagi pemerintah sebagai pembuat kebijakan, tetapi juga bagi pelaku industri untuk mengembangkan strategi pemasaran yang selaras dengan tren keberlanjutan.

KAJIAN LITERATUR DAN HIPOTESIS

Stimulus-Organism-Reponse (S-O-R)

Berdasarkan kerangka SOR dalam penelitian ini, sinyal atau rangsangan dari lingkungan fisik memiliki pengaruh besar dalam membentuk respons emosional individu, yang kemudian berperan dalam menentukan perilaku mereka. Dalam konteks ini, sinyal-sinyal lingkungan seperti ESGI, EA, dan EC diposisikan sebagai stimulus (S) dalam model, yang memengaruhi individu atau konsumen (dalam hal ini berdasarkan *gender*) sebagai organisme (O), dan menghasilkan respons berupa adopsi praktik hijau (GP) sebagai reaksi eksternal (R) (Mehrabian dan Russel, 1973; Mehrabian dan Russell, 1974).

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh *Environmental Sustainability Government Initiatives* terhadap *Environmental Awareness*

Keterbatasan sumber daya membuat pemerintah tidak dapat mendukung semua inovasi ramah lingkungan (Jaffe, Newell dan Stavins, 2005). Beberapa organisasi memanfaatkan label hijau sebagai strategi promosi (Uzun dan Keles, 2012), sementara sebagian perusahaan enggan menerapkannya karena dianggap merugikan keuntungan (Montabon, Sroufe dan Narasimhan, 2007). Meski demikian, pemerintah terus mendorong pembangunan berkelanjutan melalui dukungan kepemimpinan perusahaan, ekspor teknologi hijau, dan promosi perilaku pro-lingkungan (Moffat dan Auer, 2006; Mohanty *et al.*, 2021).

H_{1a}: *Environmental sustainability government initiatives memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap environmental awareness.*

Pengaruh *Environmental Sustainability Government Initiatives* terhadap *Green Practices*

Menurut Jean-Vasile (2013), ekonomi hijau adalah transformasi proses produksi yang menekankan efisiensi penggunaan sumber daya alam untuk meminimalkan dampak lingkungan, melalui energi terbarukan, efisiensi energi, dan praktik pertanian alami. Penerapannya, terutama di negara berkembang seperti Indonesia, bertujuan mengurangi

ketimpangan sosial dan mencegah konflik. Pembangunan berkelanjutan menuntut pengelolaan sumber daya alam yang efisien, pemanfaatan optimal untuk mengurangi limbah, serta regenerasi sumber daya terbarukan tanpa mengorbankan kualitas hidup generasi kini maupun mendatang. Hal ini memerlukan perhatian pada aspek lingkungan, sosial, ekonomi, politik, dan budaya yang memengaruhi proses pembangunan (Asir *et al.*, 2022).

H_{1b}: Environmental sustainability government initiatives berpengaruh positif terhadap green practices.

Pengaruh *environmental sustainability government initiatives* terhadap *environmental consciousness*

Environmental consciousness merupakan bagian dari sistem kepercayaan individu yang mencakup aspek kognitif, sikap (afektif), dan perilaku (konatif) (Sharma dan Bansal, 2013). Aspek kognitif mencerminkan pemahaman akan pentingnya pelestarian lingkungan dan peran konsumsi produk ramah lingkungan. Sikap merujuk pada reaksi emosional serta keyakinan akan manfaat pelestarian lingkungan, termasuk bagi kesehatan. Sementara itu, aspek perilaku mencakup niat nyata untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, seperti mengonsumsi produk organik, menerapkan gaya hidup ramah lingkungan, dan mengedukasi orang lain (Putra, Sukaatmadja dan Yasa, 2016; Hanifah dan Rubiyanti, 2017).

H_{1c}: Environmental sustainability government initiatives berpengaruh positif terhadap environmental consciousness.

Pengaruh *Environmental Consciousness* terhadap *Green Practices*

Kesadaran lingkungan mencerminkan kepedulian dan pemahaman individu terhadap kondisi lingkungan, yang mendorong perubahan perilaku menuju kebiasaan ramah lingkungan seperti membeli produk organik dan mendaur ulang (Kollmuss dan Agyeman, 2002). Perusahaan dapat meningkatkan kesadaran ini melalui informasi tentang praktik berkelanjutan (Uzun dan Keles, 2012). Berdasarkan penelitian Qu *et al.* (2015), kesadaran lingkungan berperan penting dalam menghasilkan kinerja pembangunan berkelanjutan bagi kawasan industri ramah lingkungan.

H₂: Environmental awareness berpengaruh positif terhadap green practices.

Pengaruh *Environmental Consciousness* terhadap *Green Practices*

Kesadaran lingkungan muncul dari pemahaman akan tantangan ekosistem akibat aktivitas manusia, khususnya di sektor manufaktur, perhotelan, dan pariwisata (Leaniz, Herrero Crespo dan Gómez López, 2018; San, Latif dan Di Vaio, 2022). Tingkat kesadaran ini memengaruhi perilaku konsumen, seperti kecenderungan menyebarkan e-WOM positif dan membayar lebih untuk layanan ramah lingkungan (Kotler dan Armstrong, 2014; Kotler dan Keller, 2016). Penelitian Mishra *et al.* (2021) menunjukkan bahwa komitmen terhadap pelestarian lingkungan mendorong konsumsi berkelanjutan, memengaruhi keputusan pembelian, dan dapat menjadi variabel mediasi antara ESGI dan perilaku hijau (GP).

H₃: Environmental consciousness berpengaruh positif terhadap green practices.

METODE

Penelitian ini mengkaji pengaruh *environmental sustainability government initiatives*, *green practices*, *environmental awareness*, dan *environmental consciousness* terhadap produk *skincare* melalui uji

hipotesis untuk melihat hubungan kausal antar variabel. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data terstruktur, penelitian ini mengukur variabel-variabel terkait menggunakan kuesioner berbasis skala *likert* lima poin (1 = sangat tidak setuju, 5 = sangat setuju). Instrumen penelitian dikembangkan dari pernyataan yang telah ditetapkan pada studi sebelumnya, termasuk enam item *environmental sustainability government initiatives* yang diadaptasi dari (Mohanty *et al.*, 2021). Data primer diperoleh melalui survei mandiri yang ditujukan kepada kelompok Gen Z, dengan total 250 responden. Analisis dilakukan menggunakan *pendekatan partial least squares structural equation modeling* (PLS-SEM).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis *Outer Model* (Model Pengukuran)

Analisis *outer model* bertujuan untuk mengevaluasi validitas dan reliabilitas instrumen yang digunakan untuk mengukur konstruk laten dalam model. Evaluasi dilakukan melalui empat indikator utama. Proses pengujian validitas dan reabilitas pada semua variabel menggunakan SmartPLS dengan 250 responden.

Uji Validitas

Tujuan dari uji validitas adalah untuk memastikan bahwa setiap butir pertanyaan atau indikator dalam instrumen benar-benar mengukur aspek yang dimaksud. Instrumen yang memiliki validitas tinggi akan menghasilkan data yang berkualitas dan relevan untuk dianalisis lebih lanjut. Hasil dari uji validitas tersebut dapat dilihat dan ditafsirkan melalui tabel uji korelasi, yang menunjukkan apakah setiap indikator dalam kuesioner memenuhi syarat kevalidan.

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Indikator	<i>Pearson Correlation</i>	<i>Sig. (2-tailed)</i>	Keterangan
ESGI	ESGI1	0.863**	0.000	Valid
	SEGI2	0.871**	0.000	Valid
	ESGI3	0.854**	0.000	Valid
	ESGI4	0.904**	0.000	Valid
	ESGI5	0.908**	0.000	Valid
	ESGI6	0.732**	0.000	Valid
EA	EA1	0.872**	0.000	Valid
	EA2	0.874**	0.000	Valid
	EA3	0.807**	0.000	Valid
	EA4	0.900**	0.000	Valid
	EA5	0.894**	0.000	Valid
GP	GP1	0.812**	0.000	Valid
	GP2	0.882**	0.000	Valid
	GP3	0.851**	0.000	Valid
	GP4	0.888**	0.000	Valid
	GP5	0.803**	0.000	Valid
	GP6	0.872**	0.000	Valid
EC	EC1	0.855**	0.000	Valid
	EC2	0.846**	0.000	Valid

Variabel	Indikator	<i>Pearson Correlation</i>	<i>Sig. (2-tailed)</i>	Keterangan
	EC3	0.934**	0.000	Valid
	EC4	0.912**	0.000	Valid
	EC5	0.870**	0.000	Valid
	EC6	0.852**	0.000	Valid

Sumber: Data Diolah (2025)

Tabel 2. *Average Variance Extracted (AVE)*

	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
ESGI	0.687
<i>Environmental Awareness</i>	0.685
<i>Environmental Consiousness</i>	0.665
<i>Green Practise</i>	0.592

Sumber: Data Diolah (2025)

Nilai AVE pada setiap variabel dalam model analisis penelitian ini telah memiliki nilai *construct validity* yang baik, yaitu nilai AVE lebih besar dari 0.5.

Tabel 3. *Cross Loading*

	ESGI	<i>Environmental Awareness</i>	<i>Environmental Consiousness</i>	<i>Green Practice</i>
EA1	0.641	0.821	0.591	0.558
EA2	0.614	0.812	0.602	0.509
EA3	0.644	0.820	0.648	0.539
EA4	0.660	0.870	0.672	0.601
EA5	0.648	0.812	0.671	0.570
EC1	0.642	0.535	0.712	0.560
EC2	0.789	0.663	0.841	0.723
EC3	0.762	0.676	0.861	0.758
EC4	0.782	0.686	0.867	0.700
EC5	0.669	0.566	0.796	0.720
EC6	0.698	0.628	0.804	0.727
ESGI1	0.819	0.660	0.721	0.689
ESGI2	0.830	0.633	0.719	0.698
ESGI3	0.829	0.640	0.723	0.660
ESGI4	0.886	0.688	0.799	0.740
ESGI5	0.840	0.677	0.762	0.678
ESGI6	0.762	0.548	0.697	0.601
GP1	0.522	0.443	0.545	0.689
GP2	0.624	0.524	0.623	0.735
GP3	0.653	0.518	0.711	0.808
GP4	0.666	0.558	0.681	0.793
GP5	0.592	0.437	0.641	0.757
GP6	0.708	0.607	0.746	0.827

Sumber: Data Diolah (2025)

Nilai masing-masing indikator di suatu konstruk lebih tinggi dibandingkan dengan konstruk lain dan mengumpul pada satu konstruk tersebut. Maka dalam penelitian ini dapat dikatakan memiliki *discriminant validity* yang baik.

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
ESGI (<i>Environmental Sustainability Government Initiatives</i>)	6	0.925	Reliabel
EA (<i>Environmental Awareness</i>)	5	0.917	Reliabel
GP (<i>Green Practices</i>)	6	0.920	Reliabel
EC (<i>Environmental Consciousness</i>)	6	0.941	Reliabel

Sumber: Data Diolah (2025)

Hasil uji reliabilitas seperti yang terangkum dalam tabel 4, dapat diketahui bahwa nilai koefisien *cronbach's alpha* pada seluruh variabel lebih besar dari 0.6. Dengan demikian semua butir pertanyaan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel atau handal.

Inner Model

Setelah model pengukuran memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, tahap selanjutnya adalah analisis *inner model* atau model struktural. Tahapan ini digunakan untuk menguji hubungan antar konstruk laten dalam model yang telah dirumuskan berdasarkan hipotesis penelitian.

R-Square

Analisis koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan sebuah model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Semakin kecil nilai *R-square* berarti variasi variabel dependen yang sangat terbatas, dan nilai yang mendekati 1 (satu) berarti variabel-variabel independen sudah mampu memberi semua informasi yang dibutuhkan untuk menjelaskan dan memprediksi variabel dependen.

Tabel 5. *R-Square*

	<i>R Square</i>
<i>Environmental Awareness</i>	0.601
<i>Environmental Consiousness</i>	0.792
<i>Green Practice</i>	0.753

Sumber: Data Diolah (2025)

Koefisien determinasi dapat dilihat dalam tabel *R-square* dengan cara mengkalikan nilai *R-square* dengan 100%, jika hasilnya lebih dari 67% maka mengindikasikan koefisien determinasi yang baik, jika hasilnya kurang dari 67% namun lebih dari 33% mengindikasikan koefisien determinasi yang moderat, dan apabila kurang dari 33% namun lebih dari 19% mengindikasikan koefisien determinasi yang lemah (Ghozali, 2018).

Path Coefficient (Pengujian Hipotesis)

Berdasarkan hasil analisis *path coefficients* yang disajikan dalam tabel 6, diketahui bahwa hubungan antar variabel dalam model struktural menunjukkan signifikansi yang bervariasi yang mana hipotesis yang didukung adalah H_{1a}, H_{1b}, H_{1c}, dan H₃ sementara hipotesis yang tidak didukung adalah H₂.

Tabel 6. *Path Coefficients*

	Original Sample	T-statistics	P-values	Kesimpulan
ESGI -> Environmental Awareness	0.776	17.128	0.000	H1a Didukung
ESGI -> Green Practise	0.277	3.572	0.000	H1b Didukung
ESGI->Environmental Consciousness	0.890	63.708	0.000	H1c Didukung
Environmental Awareness -> Green Practise	0.037	0.685	0.247	H2 Tidak Didukung
Environmental Consciousness -> Green Practise	0.641	8.050	0.000	H3 Didukung

Sumber: Data Diolah (2025)

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *environmental sustainability government initiatives* (ESGI) terhadap *green practices* yang dilakukan oleh konsumen dalam memilih produk *skincare* ramah lingkungan, dengan melibatkan peran mediasi dari *environmental awareness* dan *environmental consciousness*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang dirancang untuk menguji hubungan sebab-akibat antar variabel melalui pengukuran yang sistematis dan penggunaan teknik statistik lanjutan (Sugiyono, 2022).

Dengan menggunakan metode *structural equation modeling* (SEM) berbasis SmartPLS, penelitian ini menguji model teoritis yang menghubungkan kebijakan pemerintah terkait keberlanjutan lingkungan dengan kesadaran, kepedulian, dan perilaku hijau konsumen. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disusun berdasarkan indikator-indikator dari studi sebelumnya, termasuk enam item ESGI yang diadopsi dari pengembangan skala oleh (Mohanty *et al.*, 2021). Kuesioner tersebut menggunakan skala *likert* lima poin, di mana responden diminta menyatakan tingkat persetujuan mereka terhadap berbagai pernyataan, dari angka 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju) (Haryono, 2016).

Responden dalam penelitian ini adalah individu yang menggunakan atau mempertimbangkan produk *skincare* berbasis lingkungan, dan data yang diperoleh dianalisis untuk mengevaluasi sejauh mana ESGI dapat membentuk kesadaran lingkungan (*awareness*), meningkatkan kepedulian lingkungan (*consciousness*), dan akhirnya mendorong konsumen untuk mengadopsi praktik hijau dalam perilaku konsumsi mereka (Moffat dan Auer, 2006). Bagian ini telah menguraikan secara rinci hasil analisis yang meliputi karakteristik responden, deskripsi tanggapan responden terhadap setiap konstruk penelitian, serta hasil analisis SEM-PLS yang mencakup pengujian *outer model*, *inner model*, dan uji hipotesis antar variabel dalam model penelitian.

KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini terbatas pada responden Generasi Z sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasikan ke generasi lain yang mungkin memiliki persepsi dan perilaku berbeda terhadap *skincare* dan isu lingkungan. Pendekatan kuantitatif yang digunakan juga tidak mampu menggali faktor psikologis atau nilai pribadi yang memengaruhi keputusan pembelian. Keterbatasan ini membuka peluang riset lanjutan dengan metode kualitatif atau *mixed methods* untuk memahami lebih dalam aspek emosional, sosial, dan budaya yang membentuk kesadaran serta perilaku lingkungan, sehingga hasilnya dapat lebih holistik dan aplikatif bagi strategi pemasaran dan edukasi keberlanjutan di sektor *skincare*.

IMPLIKASI MANAJERIAL

Hasil penelitian menunjukkan pemerintah perlu memperkuat *environmental sustainability government initiatives* (ESGI) karena efektif membentuk kesadaran dan perilaku hijau konsumen di industri *skincare*. Kebijakan lingkungan sebaiknya tidak hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga membangun kesadaran mendalam melalui pendekatan emosional, nilai, dan niat bertindak. Produsen *skincare* dapat mendukung ESGI dengan komunikasi yang selaras nilai keberlanjutan, sementara kolaborasi pemerintah, industri, dan komunitas diperlukan untuk memperluas dampak dan mendorong *green practices*. Lembaga pendidikan juga perlu merancang program yang menyentuh aspek afektif dan konatif guna mendorong perubahan perilaku berkelanjutan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menganalisis pengaruh *environmental sustainability government initiatives* (ESGI) terhadap *environmental awareness* (EA), *environmental consciousness* (EC), dan *green practices* (GP) pada konsumen *skincare*. Hasil SmartPLS menunjukkan ESGI berpengaruh signifikan terhadap EA, EC, dan GP, menegaskan peran penting kebijakan pemerintah dalam membentuk perilaku hijau. EC juga berpengaruh signifikan terhadap GP, sedangkan EA tidak, mengindikasikan bahwa kesadaran yang mendalam lebih mendorong tindakan nyata dibanding sekadar pengetahuan. Secara keseluruhan, ESGI efektif membentuk perilaku berkelanjutan, namun dampaknya optimal jika diinternalisasi menjadi EC yang kuat melalui penguatan nilai dan emosi.

DAFTAR PUSTAKA

- Asir, M. *et al.* (2022) *EKONOMI PERTANIAN*. Diedit oleh E. Damayanti. Bandung: CV. Widina Media Utama.
- Dangelico, R.M. dan Vocalelli, D. (2017) “‘Green Marketing’: An analysis of definitions, strategy steps, and tools through a systematic review of the literature,” *Journal of Cleaner Production*, 165, hal. 1263–1279. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.07.184>.
- Ghozali, I. (2018) *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. 9 ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanifah, A. dan Rubiyanti, R.N. (2017) “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Sikap Konsumen Kosmetik Organik Melilea International Bandung the Influence of Product Quality Toward Consumers Attitude of International Melilea Organic

- Cosmetic : Study in Bandung,” in *e-Proceeding of Management*. Bandung: Universitas Telkom, hal. 772–780. Tersedia pada: https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/123576/jurnal_eproc/pengaruh-kualitas-produk-terhadap-sikap-konsumen-kosmetik-organik-melilea-international-bandung.pdf.
- Haryono, S. (2016) *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS LISREL PLS*. Bekasi: PT. Intermedia Personalia Utama.
- Hijrah, L. *et al.* (2025) “PERJALANAN MENUJU GREEN LIVING: SEBUAH STUDI KUALITATIF TENTANG MOTIVATION, BARRIERS, AND LIFESTYLE CHANGE,” *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 9(2), hal. 20–40. Tersedia pada: <https://doi.org/10.31955/mea.v9i2.5733>.
- Jaffe, A.B., Newell, R.G. dan Stavins, R.N. (2005) “A tale of two market failures: Technology and environmental policy,” *Ecological Economics*, 54(2), hal. 164–174. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2004.12.027>.
- Jean-Vasile, A. (2013) “Multifunctional Agriculture and the Green Economy,” in A. Jean-Vasile *et al.* (ed.) *Sustainable Technologies, Policies, and Constraints in the Green Economy*. IGI Global Scientific Publishing, hal. 22. Tersedia pada: <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-4098-6.ch016>.
- Kollmuss, A. dan Agyeman, J. (2002) “Mind the Gap: Why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior?,” *Environmental Education Research*, 8(3), hal. 239–260. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1080/13504620220145401>.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2014) *Principles of Marketing*. 15 ed. Essex: Pearson Education Limited.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. (2016) *Marketing Management*. 15th ed. Upper Saddle River, NJ: Pearson (Always learning).
- Leaniz, P.M.G. de, Herrero Crespo, Á. dan Gómez López, R. (2018) “Customer responses to environmentally certified hotels: the moderating effect of environmental consciousness on the formation of behavioral intentions,” *Journal of Sustainable Tourism*, 26(7), hal. 1160–1177. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1349775>.
- Mehrabian, A. dan Russel, J.A. (1973) “A Measure of Arousal Seeking Tendency,” *Environment and Behavior*, 5(3), hal. 315–333. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1177/001391657300500303>.
- Mehrabian, A. dan Russell, J.A. (1974) *An approach to environmental psychology, An approach to environmental psychology*. Cambridge, MA, US: The MIT Press.
- Mishra, M. *et al.* (2021) “An overview of research on natural resources and indigenous communities: a bibliometric analysis based on Scopus database (1979–2020),” *Environmental Monitoring and Assessment*, 193(2), hal. 59. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1007/s10661-020-08793-2>.
- Moffat, A. dan Auer, A. (2006) “Corporate Environmental Innovation (CEI): a government initiative to support corporate sustainability leadership,” *Journal of Cleaner Production*,

- 14(6), hal. 589–600. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2005.07.010>.
- Mohanty, P. *et al.* (2021) “Insight Into the Role of PGPR in Sustainable Agriculture and Environment,” *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 5(June), hal. 1–12. Tersedia pada: <https://doi.org/10.3389/fsufs.2021.667150>.
- Montabon, F., Sroufe, R. dan Narasimhan, R. (2007) “An examination of corporate reporting, environmental management practices and firm performance,” *Journal of Operations Management*, 25(5), hal. 998–1014. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1016/j.jom.2006.10.003>.
- Peattie, K. dan Crane, A. (2005) “Green marketing: legend, myth, farce or prophesy?,” *Qualitative Market Research: An International Journal*. Diedit oleh C. Dennis dan L. Harris, 8(4), hal. 357–370. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1108/13522750510619733>.
- Putra, I.K.T.E., Sukaatmadja, I.P.G. dan Yasa, N.N.K. (2016) “PERILAKU KONSUMEN MENGONSUMSI BERAS ORGANIK DIKOTA DENPASAR BERDASAR THEORY OF PLANNED BEHAVIOR,” *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 5(8), hal. 2609–2638. Tersedia pada: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/article/view/17863>.
- Qu, Y. *et al.* (2015) “Sustainable development of eco-industrial parks in China: effects of managers’ environmental awareness on the relationships between practice and performance,” *Journal of Cleaner Production*, 87, hal. 328–338. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.09.015>.
- San, O.T., Latif, B. dan Di Vaio, A. (2022) “GEO and sustainable performance: the moderating role of GTD and environmental consciousness,” *Journal of Intellectual Capital*, 23(7), hal. 38–67. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1108/JIC-10-2021-0290>.
- Sharma, K. dan Bansal, M. (2013) “Environmental consciousness, its antecedents and behavioural outcomes,” *Journal of Indian Business Research*, 5(3), hal. 198–214. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1108/JIBR-10-2012-0080>.
- Sugiyono (2022) *Metode Penelitian Bisnis, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Uzun, F.V. dan Keles, O. (2012) “The Effects of Nature Education Project on the Environmental Awareness and Behavior,” in Amsterdam (ed.) *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. Amsterdam: Elsevier Ltd., hal. 2912–2916. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.05.588>.