

JOURNAL OF MUSLIM COMMUNITY HEALTH (JMCH)

Penerbit: Program Pascasarjana Kesehatan Masyarakat

Journal Homepage:

<https://pasca-umi.ac.id/index.php/jmch/about>

Original Article

Studi *Green Product Knowledge* Pada Pengunjung Pasar Segar Kota Makassar Tahun 2021

*Ayu Puspitasari¹, Didit Fachri Rifai²

¹ Prodi Kesehatan Masyarakat, Universitas Muslim Indonesia, Makassar, Indonesia

² Prodi Manajemen, STIEM Bongaya, Makassar, Indonesia

Email corresponding author: ayupuspitasari.yakusa@gmail.com

Alamat: Makassar

Hp: +6285299926765

ABSTRAK

Latar Belakang: Persoalan sampah di perkotaan tak kunjung selesai. Tingginya kepadatan penduduk membuat konsumsi masyarakat pun tinggi. Di sisi lain, lahan untuk menampung sisa konsumsi terbatas. Persoalan semakin bertambah. Sampah konsumsi warga perkotaan itu ternyata banyak yang tidak mudah terurai, terutama plastik. Semakin menumpuknya sampah plastik menimbulkan pencemaran serius.

Metode: Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan rancangan deskriptif. Pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner dan melakukan observasi lapangan. Tujuan penelitian untuk mengetahui gambaran *Green Product Knowledge* pada pengunjung di Pasar Segar Kota Makassar. Lokasi penelitian adalah pusat jajanan serba ada (pujasera) Pasar Segar Kota Makassar. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah accidental sampling hingga ditemukan sampel sebesar 116 sampel. Pengolahan dan analisis data dengan menggunakan program spss dan menyajikan data dalam bentuk distribusi frekuensi.

Hasil penelitian: Hasil penelitian diperoleh bahwa *Green Product Knowledge* responden pada pengunjung di Pujasera Pasar Segar Kota Makassar Tahun 2021 tergolong kurang.

Kesimpulan dan Saran: Sebaiknya masyarakat lebih teliti lagi dalam mengkonsumsi makanan atau minuman kemasan yang baik bagi lingkungan dan produsen makanan dan minuman harus bisa melakukan perubahan dengan menggunakan kemasan yang ramah lingkungan.

Kata Kunci: *Green Product Knowledge*; Sampah



ABSTRACT

Background: The problem of waste in urban areas is never ending. The high population density makes people's consumption high. On the other hand, land to accommodate the remaining consumption is limited. The problem is increasing. It turns out that many urban residents' consumption waste is not easily biodegradable, especially plastic. The accumulation of plastic waste causes serious pollution.

Methods: This research is quantitative research with a descriptive design. Collecting data using questionnaires and conducting field observations. The purpose of the study was to find out the description of Green Product Knowledge for visitors at the Makassar City Fresh Market. The research location is a one-stop snack center (pujasera) Pasar Fresh Makassar City. The sampling technique used was accidental sampling until a sample of 116 samples was found. Processing and analyzing data using the SPSS program and presenting data in the form of a frequency distribution.

Research results: The results showed that the respondents' Green Product Knowledge for visitors at the Makassar Fresh Market Pujasera in 2021 was classified as lacking.

Conclusion and Suggestion: People should be more careful in consuming packaged food or drinks that are good for the environment and food and beverage producers should be able to make changes by using environmentally friendly packaging.

Keywords: *Green Product Knowledge; Rubbish*

LATAR BELAKANG

Indonesia memiliki penduduk 327 juta jiwa berbanding lurus dengan produksi sampah setiap harinya. Diperkirakan, tahun 2025 produksi sampah di Indonesia akan mencapai angka 130.000 ton per hari. Ancaman itu bukan tanpa alasan. Pasalnya aktivitas masyarakat pada umumnya menuntut untuk selalu berhubungan dengan makanan dalam kemasan.

Lingkungan akan berubah seiring dengan berkembangnya jaman, dan perubahan tersebut sebagian besar diakibatkan oleh aktivitas manusia dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Faktor penyebab utama dalam permasalahan lingkungan adalah semakin banyaknya populasi manusia yang menimbulkan laju pertumbuhan pembangunan dan industrialisasi semakin marak (Yonget al.,2017).

Persoalan sampah di perkotaan tak kunjung selesai. Tingginya kepadatan penduduk membuat konsumsi masyarakat pun tinggi. Di sisi lain, lahan untuk menampung sisa konsumsi terbatas. Persoalan semakin bertambah. Sampah konsumsi warga perkotaan itu ternyata banyak yang tidak mudah terurai, terutama plastik. Semakin menumpuknya sampah plastik menimbulkan pencemaran serius. Kondisi ini disadari sebagian masyarakat dengan menumbuhkan upaya pengurangan sampah plastik. Kantong plastik baru dapat mulai terurai paling tidak selama lebih dari 20 tahun di dalam tanah. Jika kantong plastik itu berada di air, akan lebih sulit lagi terurai.

Lebih dari satu juta kantong plastik digunakan setiap menitnya, dan 50 persen dari kantong plastik tersebut dipakai hanya sekali lalu langsung dibuang. Dari angka tersebut, menurut Tuti, hanya lima persen yang benar-benar di daur ulang. Lingkungan semakin rusak dan tercemar akibat dari adanya kegiatan yang dilakukan oleh manusia secara berlebihan dalam menciptakan barang yang dibutuhkan sehingga memiliki nilai. Jika konsumen tidak peduli dengan keadaan lingkungan dapat mengakibatkan terjadinya eksploitasi terhadap lingkungan dan pencemaran lingkungan semakin banyak terjadi (Riyanto dkk., 2018). Menurut Riset Greeneration, organisasi non pemerintah yang 10 tahun mengikuti isu sampah, satu orang di Indonesia rata-rata menghasilkan 700 kantong plastik per tahun. Di alam, kantong plastik yang tak terurai menjadi ancaman kehidupan dan ekosistem. Kondisi ini menjadi salah satu pemicu Indonesia dalam kondisi darurat sampah. Namun, tidak semua masyarakat menyadari kondisi ini (Greeneration, 2021).



Berdasarkan data Jenna (2015), Indonesia berada di peringkat kedua dunia penghasil sampah plastik ke laut yang mencapai sebesar 187,2 juta ton setelah Cina yang mencapai 262,9 juta ton. Berada di urutan ketiga adalah Filipina yang menghasilkan sampah plastik ke laut mencapai 83,4 juta ton, diikuti Vietnam yang mencapai 55,9 juta ton, dan Sri Lanka yang mencapai 14,6 juta ton per tahun. Setiap tahun produksi plastik menghasilkan sekitar delapan persen hasil produksi minyak dunia atau sekitar 12 juta barel minyak atau setara 14 juta pohon.

Kerusakan lingkungan jika tidak ditanggulangi dengan baik maka akan berdampak pula kepada manusia itu sendiri. Setiap tahunnya sekitar 8 juta metrik ton plastic masuk ke lautan. WWF memiliki kampanye yaitu "No Plastic in Nature" yang bertujuan untuk memperbaiki sistem yang rusak menggunakan pendekatan holistik dimana melibatkan semua aspek dari siklus hidup mulai dari pemerintah, pelaku bisnis, dan public dalam menjalankan kampanye ini. Sejak saat itu, berbagai pemangku kepentingan lainnya telah membuat komitmen publik, mulai dari larangan sedotan dan tas plastic hingga janji berskala besar seperti mengurangi, mencari sumberlain, mendaur ulang, dan banyak lagi untuk mengurangi pencemaran sampah plastic (Yadav dkk,2017).

Dengan munculnya permasalahan banyaknya sampahmenjadikan masyarakat peduli terhadap keadaan lingkungan dan mulai mencaritahu tentang lingkungan, sehinggagreen knowledgeberpengaruh terhadap green attitude dalam mempengaruhi niat beli seseorang. Green knowledgemendorongterciptanyagreen attitudeatau tindakan yang dilakukan untuk mengatasi masalahini sebelum terjadinya pembelian terhadap suatu produk (Riyantoet al., 2018). Environmental concern atau dorongan dari keinginan untuk menjaga keadan lingkungan agar tetap baik mempengaruhi konsumen untuk memiliki niat pembelian (Teng & Wang, 2015).

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui gambaran dari Green Product Knowledge berupa manfaat bagi lingkungan. Produk yang baik merupakan produkyang tidak mencemari lingkungan. Kinerja green product sesuai harapan konsumen. Produk yang mempunyai kinerja tinggi menjadi incaran konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Bahan baku green product terbuat dari bahan – bahan yang tidak berbahaya. Konsumen membeli suatu produk hijau dengan pertimbangan bahwa produk tersebut terbuat dari bahan baku yang aman bagi mereka dan lingkungan.

METODE

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan rancangan deskriptif. Pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner dan melakukan observasi lapangan. Tujuan penelitian untuk mengetahui gambaran Green Product Knowledge pada pengunjung di Pasar Segar Kota Makassar. Lokasi penelitian adalah pusatjajanan serba ada (*food court*) Pasar Segar Kota Makassar. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah accidental sampling hingga ditemukan sampel sebesar 116 sampel. Pengolahan dan analisis data dengan menggunakan program spss dan menyajikan data dalam bentuk distribusi frequensi. Pengumpulan data dalam penelitian ini dimulai pada bulan Juni hingga bulan Juli Tahun 2021.

HASIL

Karakteristik Responden

Data karakteristik responden adalah data responden yang dikumpulkan untuk mengetahui profil responden penelitian. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan merupakan profil dari 116 responden yang telah berpartisipasi dalam pengisian kuesioner penelitian ini. Responden adalah orang yang berkunjung (konsumen) di Pusat Jajanan Serba Ada (Pujasera) Pasar Segar Kota Makassar.



Tabel 1. Distribusi Karakteristik Responden Pasar Segar

Karakteristik	Jumlah	
	n	%
Umur		
15-20 Tahun	54	46.6
21-25 Tahun	44	37.9
26-30 Tahun	13	11.2
<30 Tahun	5	4.3
Jenis Kelamin		
Perempuan	56	48.3
Laki-laki	60	51.7
Pendidikan		
SMP	5	4.3
SMA	52	44.8
Perguruan Tinggi	59	50.9

Sumber: Data Primer, Tahun 2021

Tabel 1. Menunjukkan bahwa responden yang berumur 15-20 Tahun sebanyak 54 orang dengan presentase (46,6%). Responden yang berumur 21-25 Tahun sebanyak 44 orang dengan presentase (37,9%). responden yang berumur 26-30 Tahun sebanyak 13 orang dengan presentase (11,2%) dan responden yang berumur >30 Tahun sebanyak 5 orang dengan presentase (4,3%). Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 56 orang dengan presentase (51,7%) dan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 56 orang dengan presentase (48,3%). Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa responden yang berpendidikan SMP sebanyak 5 orang dengan presentase (4,3%). responden yang berpendidikan SMA sebanyak 52 orang dengan presentase (44,8%) sedangkan yang berpendidikan di perguruan tinggi sebanyak 59 orang dengan presentase (50,9%).

Green Product Knowledge

Tabel 2. Distribusi Pernyataan Green Product Knowledge Pada Responden Pasar Segar

Pernyataan Green Product Knowledge	Kategori									
	SS	%	S	%	KS	%	TS	%	STS	%
Sadar tentang permasalahan lingkungan hidup saat ini	0	0,0	0	0,0	34	29,3	17	14,7	65	56,0
Terlebih dahulu membaca label produk untuk memastika produk ramah lingkungan.	0	0,0	3	2,6	41	35,3	43	37,1	29	25,0
Paham tentang produk ramah lingkungan artinya saya ikut berpartisipasi dalam mengurangi krisis energy bumi.	0	0,0	13	11,2	79	68,1	23	19,8	1	0,9
Memahami bahwa krisis energi dapat dikurangi dengan memilih produk yang tidak merusak	0	0,0	6	5,2	65	56,0	45	38,8	0	0,0



lingkungan										
Mengetahui bahwa produk berbahan plastik memerlukan waktu lama untuk diuraikan oleh organism	14	12,1	63	54,3	27	23,3	27	23,3	0	0,0
Mengetahui kemasan produk berbahan alami lebih ramah lingkungan	0	0,0	5	4,3	51	44,0	59	50,9	1	0,9
Mengetahui kemasan produk ramah lingkungan bisa didaur ulang.	87	75,0	21	18,1	8	6,9	0	0,0	0	0,0

Sumber : Data Primer, Tahun 2021

Tabel 2 Menunjukkan bahwa untuk pernyataan mengenai Sadar tentang permasalahan lingkungan hidup saat ini yang paling tinggi adalah kategori sangat tidak setuju (STS) sebesar 65 responden (56,0%) dan yang paling rendah adalah kategori sangat setuju (SS) dan setuju (S) sebesar 0 responden (0,0%), untuk pernyataan terlebih dahulu membaca label produk untuk memastikan produk ramah lingkungan yang paling tinggi adalah kategori tidak setuju (TS) sebesar 43 responden (37,1%) dan yang paling rendah adalah kategori sangat setuju (SS) sebesar 0 responden (0,0%), untuk pernyataan mengenai paham tentang produk ramah lingkungan artinya saya ikut berpartisipasi dalam mengurangi krisis energy bumi yang paling tinggi adalah kategori kurang setuju (KS) sebesar 79 responden (68,1%) dan yang paling rendah adalah kategori sangat setuju (SS) sebesar 0 responden (0,0%), untuk pernyataan memahami bahwa krisis energi dapat dikurangi dengan memilih produk yang tidak merusak lingkungan yang paling tinggi adalah kategori kurang setuju (KS) sebesar 65 responden (56,0%) dan yang paling rendah adalah kategori sangat setuju (SS) sebesar 0 responden (0,0%), untuk pernyataan mengenai Mengetahui bahwa produk berbahan plastik memerlukan waktu lama untuk diuraikan oleh organism yang paling tinggi adalah kategori setuju (TS) sebesar 63 responden (54,3%) dan yang paling rendah adalah kategori sangat tidak setuju (STS) sebesar 0 responden (0,0%), untuk pernyataan mengenai Mengetahui kemasan produk berbahan alami lebih ramah lingkungan yang paling tinggi adalah kategori tidak setuju (TS) sebesar 59 responden (50,9%) dan yang paling rendah adalah kategori sangat setuju (SS) sebesar 0 responden (0,0%), dan terakhir pernyataan mengenai Mengetahui kemasan produk ramah lingkungan bisa didaur ulang yang paling tinggi adalah kategori sangat setuju (SS) sebesar 87 responden (75,0%) dan yang paling rendah adalah kategori tidak setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS) sebesar 0 responden (0,0%).

Tabel 3. Distribusi Variabel Green Product Knowledge Pada Responden Pasar Segar

Green Product Knowledge	Jumlah	
	n	%
Cukup	55	47.4
Kurang	61	52.6

Sumber : Data Primer, Tahun 2021

Tabel 3 Menunjukkan bahwa Responden yang memiliki Green Product Knowledge yang cukup sebanyak 55 orang (47,4) dan yang paling banyak adalah responden yang memiliki Green Product Knowledge yang kurang sebanyak 61 orang atau 52,6%.



DISKUSI

Perilaku masyarakat dalam mengelola sampah dipengaruhi oleh pengetahuan masyarakat tentang sampah. Menurut Notoatmodjo pengetahuan dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya adalah pendidikan, informasi dan budaya. Tingkat Pendidikan, semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka dia akan lebih mudah dalam menerima hal-hal baru sehingga akan lebih mudah pula untuk menyelesaikan hal-hal baru tersebut, tingkat pendidikan masyarakat yang rendah berdampak pada perilaku masyarakat dalam mengelola sampah hasil konsumsinya. Perilaku mengelola sampah yang baik akan terwujud apabila masyarakat mempunyai pengetahuan yang baik serta kesadaran untuk mengelola sampah dengan baik.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara dengan menggunakan kuisioner diketahui bahwa pengunjung pasar segar yang memiliki *Green Product Knowledge* Lebih banyak yang berpengetahuan kurang daripada responden yang berpengetahuan cukup.

Pengetahuan responden masih kurang karena pengetahuan juga dipengaruhi oleh budaya. Budaya tingkat konsumsi makanan dan minuman kemasan khususnya masa pandemi seperti saat ini semakin bertumbuh. Adanya aturan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) pada masa pandemik ini membuat masyarakat memiliki banyak keterbatasan. PPKM juga membuat sebagian besar masyarakat aktif melakukan pembelian secara online, yang mengakibatkan bertambahnya jenis sampah plastik, kardus, styrofoam, dan sampah dari bahan-bahan yang biasa digunakan untuk membungkus paket makanan ataupun pesanan lain meningkat hingga 36 persen. Mengutip pernyataan dari Direktur Penilaian Kinerja Pengelolaan Limbah B3 dan Limbah Non B3, dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK), Sinta Saptarina yang mengatakan bahwa harus ada peran aktif dari produsen dan pelaku usaha dalam upaya pengurangan sampah kemasan, bungkus, wadah, dan wrapping plastic dalam kegiatan penjualan online.

Pengetahuan juga dipengaruhi oleh informasi, masyarakat yang menjadi responden kurang mendapatkan penyuluhan tentang *Green Product* dan dampaknya terhadap lingkungan. Ini berdampak pada rendahnya pengetahuan masyarakat tentang Green Product, masyarakat belum mengetahui cara membedakan kemasan yang aman bagi lingkungan dan yang tidak.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ricky (2015) yang menjelaskan bahwa terdapat hubungan antara pengetahuan masyarakat tentang sampah dengan perilaku mengelola sampah rumah tangga di RT 02 dan RT 03 Kampung Garapan Desa Tanjung Pasir Kecamatan Teluk Naga Kabupaten Tangerang.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian dari Kusuma, dkk.(2017) menyatakan green knowledge memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli. Perilaku konsumsi konsumen tergantung pada pengetahuan lingkungan yang menunjukkan, responden memiliki pengetahuan yang baik dalam permasalahan lingkungan yang ada. Penelitian Hanjani & Widodo (2019) menjelaskan green knowledge memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk Nestle Company di Indonesia.

Pada dasarnya green knowledge atau pengetahuan tentang lingkungan berhubungan dengan isu atau fenomena yang terjadi yang berdampak kepada alam yang mempengaruhi tindakan individu. Individu yang memiliki green knowledge akan memahami dampak yang akan muncul, mengetahui isu-isu lingkungan, jika akan membeli suatu produk individu memahami tujuan suatu produk tersebut serta mewakili ekspektasi terkait penggunaan produk yang ramah lingkungan (Gusti & I Gusti, 2020)

Pengetahuan mengenai lingkungan sangat erat hubungannya dengan konsumsi tiap individu. Karena setiap orang menghasilkan sampah. Rata-rata satu orang penduduk Indonesia menyumbang

<https://doi.org/10.52103/jmch.v2i4.677>

sampah sebanyak 0.7kg per hari. Jika dikalkulasi dalam skala tahunan, Indonesia menghasilkan sampah sebanyak 64juta ton.

Melihat hasil dari penelitian ini ternyata masih kurang orang-orang yang memahami apa yang dikonsumsi menghasilkan sampah dari produk yang dibeli yang akan berpengaruh terhadap kelangsungan bumi. Didapatkan juga sebagian besar responden tidak melihat kemasan produk apakah produk tersebut ramah lingkungan atau tidak.

Sampah perusahaan produk kebutuhan sehari-hari (*fast moving consumer goods* atau FMCG) menjadi temuan terbanyak pada kategori sampah bermerek dalam kegiatan audit merek selama tahun 2016-2019. Untuk tahun ini, tiga terbesar merek diduduki oleh Indofood, JS JS, dan Danone. Sementara untuk keseluruhan tahun 2016-2019, Danone, Orang Tua dan Wings kerap berada di peringkat teratas penyumbang sampah plastik terbanyak. Sebagian besar merek penyumbang sampah berada dalam industri makanan dan minuman, sebuah kategori industri yang terus berkembang setiap tahunnya mengikuti pertumbuhan populasi dan tingkat daya beli masyarakat. Ditambah lagi, produsen kini gencar menjual produk dalam kemasan ekonomis seperti kemasan *sachet* (Greenpeace, 2019).

Volume sampah plastik yang semakin besar menjadi momok bagi lingkungan dan masyarakat Indonesia. Pasalnya, daya tampung Tempat Pemrosesan Akhir (TPA) terbatas. Belum lagi, tidak semua sampah plastik bisa didaur ulang. Oleh sebab itu pengurangan produksi plastik sekali pakai dan penerapan konsep ekonomi sirkular merupakan solusi utama dari krisis masalah plastic. Di samping perusahaan, pemerintah turut mempunyai andil besar dalam mengurai krisis plastik. Peraturan Menteri sebagai turunan dari Undang-undang (UU) Nomor 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah harus segera direalisasikan. Tentunya peraturan harus berisi petunjuk bagaimana perusahaan melaksanakan tanggung jawab atas sampah kemasan produknya dan sanksi apabila melakukan pelanggaran. Sudah tujuh tahun berlalu sejak PP No. 81 Tahun 2012 memerintahkan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan untuk membuat peraturan tentang pengurangan sampah oleh produsen. Semoga peraturan tersebut dapat segera ditetapkan, dan memuat aturan yang ketat bagi produsen untuk mengurangi secara signifikan penggunaan plastik sekali pakai dalam proses produksinya.

Kelemahan penelitian ini terletak pada kurangnya variabel lain yang saling berhubungan. Peneliti hanya menggunakan satu variabel saja sebagai tolak ukur penelitian sehingga membuat hasil penelitian tidak komperhenship (menyeluruh).

KESIMPULAN

Adapun kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil dan pembahasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Berdasarkan Data hasil penelitian diperoleh bahwa Green Product Knowledge responden pada pengunjung di Pujasera Pasar Segar Kota Makassar tergolong kurang. Sebaiknya masyarakat lebih teliti lagi dalam mengkonsumsi makanan atau minuman kemasan yang baik bagi lingkungan dan produsen makanan dan minuman harus bisa melakukan perubahan dengan menggunakan kemasan yang ramah lingkungan.

Ucapan Terima Kasih

Terima Kasih pada semua pihak-pihak yang membantu terlaksananya penelitian ini khususnya Direktur Pemasaran dari Pusat Jajanan Serba Ada (Pujasera) Pasar Segar Kota Makassar

Deklarasi *Conflict of Interest*

Seluruh penulis menyatakan tidak ada potensi *Conflict of Interest* dalam penelitian dan artikel ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Greeneration Indonesia. 2021. Who We Are. Diakses pada 5 Juni 2020 melalui <http://greeneration.id/>
- Gusti, A. WR., & I Gusti, A. KG. 2020. *Green Knowledge, Green Attitude, Dan Environmental Concern* Berpengaruh Terhadap Niat beli. E-Jurnal Manajemen, Vol. 9, No. 7, 2020 : 2556-2575. ISSN :2302-8912 DOI: <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i07.p05>
- Hanjani, G. A., & Widodo, A. (2019). Minat Beli Konsumen: Dampak GreenBrand dan Green Knowledge pada Perusahaan Nestle Indonesia. *Urnal Sekretaris & Administrasi Bisnis*,3(1), 39–50
- Jenna, R. Jambeck. 2015. Plastic waste inputs from land into the ocean. University of Georgia.
- Kusuma, E. I., Surya, J., & Suhendra, I. (2017). Pengaruh Strategi GreenMarketing dan Pengetahuan Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa*,1(1), 33–50.
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2003. Ilmu Kesehatan Masyarakat. Rineka Cipta, Jakarta.
- Ricky, Marojahan. 2015. Hubungan Pengetahuan Masyarakat Tentang Sampah Dengan Perilaku Mengelola Sampah Rumah Tangga Di Rt 02 Dan Rt 03 Kampung Garapan Desa Tanjung Pasir Kecamatan Teluk Naga Kabupaten Tangerang. *Forum Ilmiah Volume 12 Nomor 1*, Januari 2015.
- Riyanto, V., Sharon, B., & Sabrina, O. (2018). Peranan Ekolabel dalam Niat Pembelian: Suatu Studi Empiris pada Merek The Body Shop. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*,8(3), 504–522. <https://doi.org/dx.doi.org/10.22441/mix2018.v8i3.004>
- Teng, C. C., & Wang, Y. (2015). Decisional factors driving organic food consumption. *British Food Journal*,117(3), 1066–1081. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/BFJ-12-2013-036>
- Yadav, S. K., Khandelwal, U., & Tripathi, V. (2017). Determinants of GreenPurchase Intention: An Empirical Study in India. *International Journal on Customer Relations*,5(2), 42-54.
- Yong, N. L., Ariffin, S. K., Nee, G. Y., & Wahid, N. . (2017). A Study of Factor Influencing Costumer's Purchase Intention Toward Green Vehicles: Evidence from Malaysia. *Global Business and Management Research*,9(4),281–297..

