

PENGARUH PENGETAHUAN DAN KEPEDULIAN LINGKUNGAN

TERHADAP NIAT BELI MAKANAN ORGANIK

(Studi pada Perilaku Konsumen Generasi Z di Kota Malang)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana Manajemen



Oleh:

MUTYA RAHANIS

202010160311229

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2025

SKRIPSI

**PENGARUH PENGETAHUAN DAN KEPEDULIAN LINGKUNGAN
TERHADAP NIAT BELI MAKANAN ORGANIK
(Studi pada Perilaku Konsumen Generasi Z di Kota Malang)**

Oleh :

Mutya Rahanis
202010160311229

Diterima dan disetujui
pada tanggal 21 Juli 2025

Pembimbing I,

Prof. Dr. Widayat, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.



Dr. Nurul Asfiah, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH PENGETAHUAN DAN KEPEDULIAN LINGKUNGAN
TERHADAP NIAT BELI MAKANAN ORGANIK
(Studi pada Perilaku Konsumen Generasi Z di Kota Malang)**

Yang disiapkan dan disusun oleh:

Nama : Mutya Rahanis
NIM : 202010160311229
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 21 Juli 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : Prof. Dr. Widayat, M.M.
Penguji I : Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.
Penguji II : Luqman Dzul Hilmi, S.E., M.B.A.

1
2
3

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.



Dr. Nurul Asfiah, M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Mutya Rahanis
NIM : 202010160311229
Program Studi : Manajemen
Email : mutyarahanis@gmail.com

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar asli dan hasil karya sendiri, baik Sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain.
2. Karya dan pendapat orang lain dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan atau sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar Pustaka. Sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebesar-besarnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 21 Juli 2025



MUTYA RAHANIS
202010160311229

**PENGARUH PENGETAHUAN DAN KEPEDULIAN LINGKUNGAN
TERHADAP NIAT BELI MAKANAN ORGANIK**
(Studi pada Perilaku Konsumen Generasi Z di Kota Malang)

Mutya Rahanis

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Malang
Jln. Raya Tlogomas, No. 246 Malang
Email: mutyarahanis@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan lingkungan dan kepedulian lingkungan terhadap niat beli produk makanan organik. Penelitian ini melibatkan 100 responden dengan karakteristik usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan pendapatan yang bervariasi. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan lingkungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli produk makanan organik. Responden yang memiliki pengetahuan lebih baik mengenai dampak lingkungan dari pilihan konsumsi mereka cenderung lebih memilih produk organik. Selain itu, kepedulian lingkungan juga berperan penting, terutama terkait dengan dampaknya terhadap kesehatan pribadi, keberlanjutan alam, dan kesejahteraan sosial. Responden dengan tingkat kepedulian yang tinggi terhadap isu lingkungan menunjukkan niat beli yang lebih besar terhadap produk organik. Penelitian ini menyarankan agar produsen dan pemangku kepentingan meningkatkan edukasi tentang keberlanjutan lingkungan dan manfaat produk organik. Hal ini dapat memperkuat niat beli konsumen dan mendukung upaya peningkatan konsumsi produk ramah lingkungan.

Kata Kunci: Pengetahuan Lingkungan, Kepedulian Lingkungan, Niat Beli, Makanan Organik

**THE IMPACT OF ENVIRONMENTAL KNOWLEDGE AND CONCERN
ON PURCHASE INTENTION OF ORGANIC FOOD**
(Study on Generation Z Consumer Behavior in Malang City)

Mutya Rahanis

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Malang
Jln. Raya Tlogomas, No. 246 Malang
Email: mutyarahanis@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of environmental knowledge and environmental concern on purchase intention of organic food products. This study involved 100 respondents with varying characteristics of age, gender, occupation, and income. Data were collected through a questionnaire with a Likert scale and analyzed using multiple linear regression. The results showed that environmental knowledge has a positive and significant influence on the purchase intention of organic food products. Respondents who have better knowledge about the environmental impact of their consumption choices tend to prefer organic products. In addition, environmental concerns also play an important role, especially in relation to the impact on personal health, natural sustainability, and social welfare. Respondents with a high level of concern for environmental issues showed greater purchase intention towards organic products. This research suggests that producers and stakeholders should increase education about environmental sustainability and the benefits of organic products. This can strengthen consumer purchase intention and support efforts to increase consumption of environmentally friendly products.

Keywords: *Environmental Knowledge, Environmental Concern, Purchase Intention, Organic Food*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Assalamualaikum warohmatullahi wabarokatuh

Puji syukur yang teramat mendalam saya ucapkan kehadiran Allah SWT, atas limpahan kasih, hidayah, rahmat dan taufiq-Nya, sehingga Skripsi dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Dan Kepedulian Lingkungan Terhadap Niat Beli Makanan Organik (Studi pada Perilaku Konsumen Generasi Z di Kota Malang)” dapat terselesaikan sesuai dengan waktu yang direncanakan. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan mencapai derajat sarjana Universitas Muhammadiyah Malang.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari banyak kekurangan dan keterbatasan, namun banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis sehingga kekurangan dan keterbatasan tersebut dapat diatasi. Sebagai ucapan syukur, dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan kesempatan untuk berkuliah di Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan fasilitas yang membantu dalam proses belajar mengajar selama perkuliahan.
3. Dr. Nurul Asfiah, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan motivasi dan dorongan kepada mahasiswa dalam proses penyelesaian skripsi.
4. Dra. Sandra Irawati, M.M., selaku dosen wali Manajemen E Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan motivasi dan dorongan kepada penulis selaku menjadi wali dosen kelas E
5. Prof. Widayat, M.M., sebagai Pembimbing yang telah meluangkan waktu serta memberikan bimbingan kepada saya dan terimakasih atas bantuan yang telah diberikan selama menjalani masa studi.

6. Bapak dan Ibu Dosen Penguji yang telah memberikan masukan dan koreksi dalam penyempurnaan skripsi ini.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang sudah memberikan ilmu dan pembelajaran selama menempuh perkuliahan.
8. Almarhum Kamsun dan Ibu Masfufah selaku kedua orang tua penulis. Terima kasih yang tulus penulis ucapkan telah menjadi alasan terbesar terselesaikannya penelitian ini.
9. Seluruh keluarga besar penulis yaitu, Kakak Yohan Prasetyo dan Kakak Meldiana yang telah memberikan doa dan dukungan.
10. Kepada teman-teman saya yang telah banyak membantu, memberikan masukan dan arahan sehingga terselesaikannya skripsi ini.
11. Terima kasih kepada diri saya sendiri dan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis ucapkan terima kasih kepada semua dan semoga segala sesuatu yang telah diberikan akan diberikan yang lebih kembali oleh Allah SWT. Kritik dan saran penulis harapkan untuk dapat menyempurnakan karya-karya penulis selanjutnya.

Wassalamualaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Malang, 21 Juli 2025

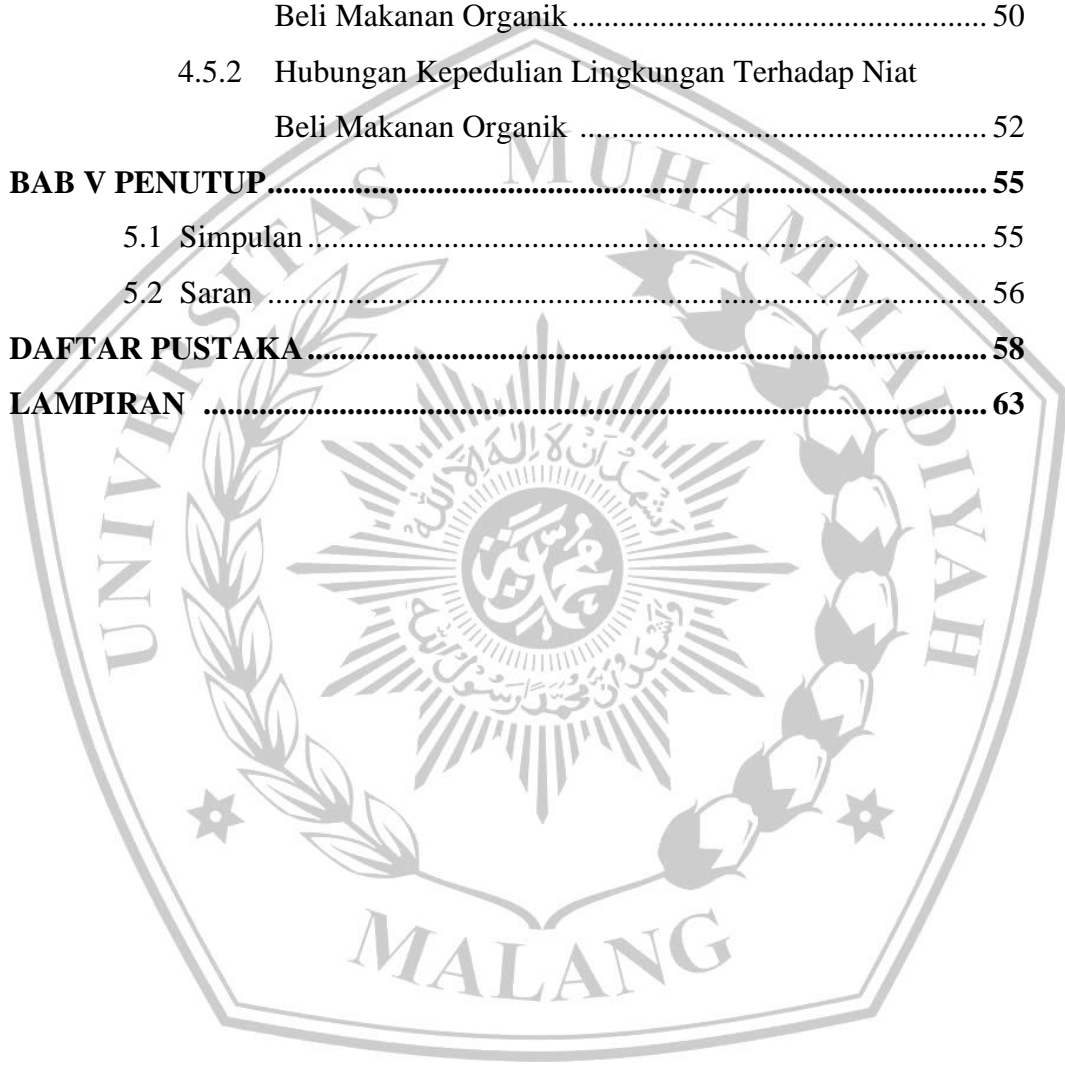
MUTYA RAHANIS
202010160311229

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Konsep Pemasaran Ramah Lingkungan	7
2.1.2 Stimulus-Organism-Response Theory	8
2.1.3 Niat Beli Makanan Organik	10
2.1.4 Pengetahuan Lingkungan	12
2.1.5 Kepedulian Lingkungan	14
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Kerangka Pikir	18
2.4 Hipotesis	18
2.4.1 Pengaruh Pengetahuan Lingkungan Terhadap Niat Beli Makanan Organik	19
2.4.2 Pengaruh Kepedulian Lingkungan Terhadap Niat Beli Makanan Organik	20

BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Lokasi Penelitian.....	21
3.2 Jenis Penelitian	21
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	21
3.3.1 Populasi.....	21
3.3.2 Sampel	22
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel	23
3.4 Definisi Operasional Variabel	24
3.4.1 Pengetahuan Lingkungan	24
3.4.2 Kepedulian Lingkungan	24
3.4.3 Niat Beli Makanan Organik	25
3.5 Jenis dan Sumber Data	26
3.6 Teknik Pengumpulan Data	26
3.7 Skala Pengukuran Variabel	27
3.8 Uji Instrumen Penelitian	27
3.8.1 Uji Validitas	28
3.8.2 Uji Reliabilitas	28
3.9 Metode Analisis Data	29
3.9.1 Analisis Statistik Deskriptif	29
3.9.2 Analisis Regresi Linier Berganda	30
3.10 Uji Hipotesis Penelitian	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Karakteristik Responden	35
4.2 Hasil Uji Instrumen	37
4.2.1 Hasil Uji Validitas	37
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	39
4.3 Hasil Analisis Data	40
4.3.1 Hasil Analisis Rentang Skala.....	40
4.3.2 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	45
4.4 Hasil Uji Hipotesis	49

4.4.1	Pengaruh Pengetahuan Lingkungan Terhadap Niat Beli Makanan Organik	49
4.4.2	Pengaruh Kepedulian Lingkungan Terhadap Niat Beli Makanan Organik	50
4.5	Pembahasan	50
4.5.1	Hubungan Pengetahuan Lingkungan Terhadap Niat Beli Makanan Organik.....	50
4.5.2	Hubungan Kepedulian Lingkungan Terhadap Niat Beli Makanan Organik	52
BAB V PENUTUP.....		55
5.1	Simpulan	55
5.2	Saran	56
DAFTAR PUSTAKA		58
LAMPIRAN		63



DAFTAR TABEL

Tabel 0.1: Rekapitulasi Penelitian Terdahulu	17
Tabel 0.1 Definisi Operasional Variabel	25
Tabel 0.2: Skala Likert 5 Poin	27
Tabel 0.3: Rentang Skala Tanggapan Responden	30
Tabel 0.1: Rekapitulasi Karakteristik Responden	36
Tabel 0.2: Rekapitulasi Hasil Uji Validitas	38
Tabel 0.3: Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 0.4: Rekapitulasi Skor Variabel Pengetahuan Lingkungan	41
Tabel 0.5: Rekapitulasi Skor Variabel Kepedulian Lingkungan	42
Tabel 0.6: Rekapitulasi Skor Variabel Niat Beli Ramah Lingkungan	44
Tabel 0.7: Rekapitulasi Hasil Uji Normalitas	45
Tabel 0.8: Rekapitulasi Hasil Uji Multikolinieritas	46
Tabel 0.9: Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	47
Tabel 0.10: Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis	49

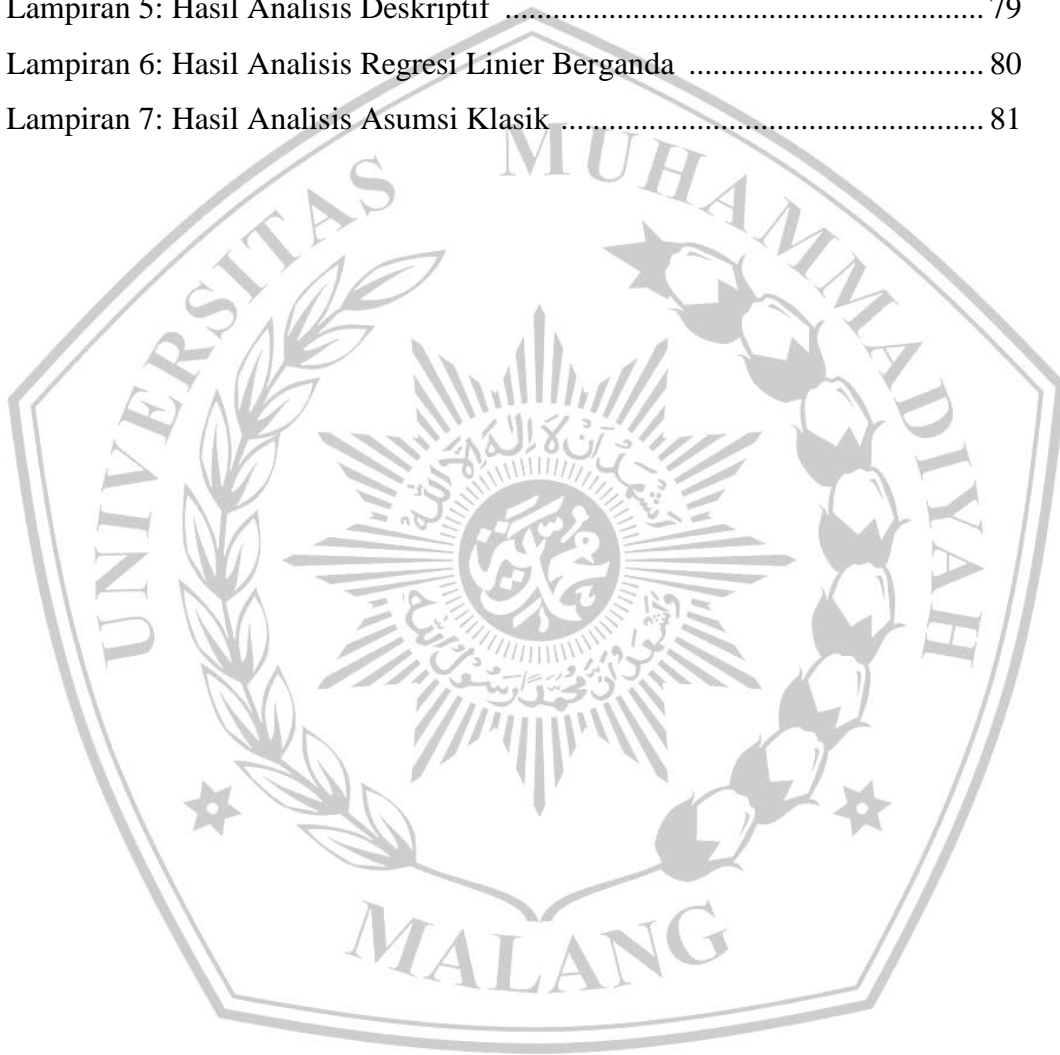
DAFTAR GAMBAR

Gambar 0.1 Diagram SOR Theory	8
Gambar 0.2: Kerangka Pikir Penelitian	18



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Instrumen Penelitian	63
Lampiran 2: Rekapitulasi Skor Responden	67
Lampiran 3: Distribusi Karakteristik Responden	76
Lampiran 4: Hasil Uji Instrumen	77
Lampiran 5: Hasil Analisis Deskriptif	79
Lampiran 6: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	80
Lampiran 7: Hasil Analisis Asumsi Klasik	81



DAFTAR PUSTAKA

- Adil, A. (2015). Pengaruh Pengetahuan Tentang Lingkungan, Sikap Pada Lingkungan, dan Norma Subjektif Terhadap Niat Pembelian Green Product. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 15(4), 122–128.
- Ahmed, N., Li, C., Khan, A., Qalati, S. A., Naz, S., & Rana, F. (2021). Purchase Intention Toward Organic Food Among Young Consumers Using Theory of Planned Behavior: Role of Environmental Concerns and Environmental Awareness. *Journal of Environmental Planning and Management*, 64(5), 796–822. <https://doi.org/10.1080/09640568.2020.1785404>
- Aji, T. S. (2024, January 3). *Survei Sebut 78% Generasi Muda Tertarik Lakukan Zero Waste Movement untuk Jaga Lingkungan*. Fimela. <https://www.fimela.com/lifestyle/read/5483152/survei-sebut-78-generasi-muda-tertarik-lakukan-zero-waste-movement-untuk-jaga-lingkungan?page=4>
- Amaya, R. A., Liao, Y.-K., Vu, M.-Q., & Hung, C.-S. (2022). Toward a Comprehensive Model of Green Marketing and Innovative Green Adoption: Application of a Stimulus-Organism-Response Model. *Sustainability*, 14(6), 3288. <https://doi.org/10.3390/su14063288>
- Amin, S., & Tarun, M. T. (2021). Effect of Consumption Values on Customers' Green Purchase Intention: a Mediating Role of Green Trust. *Social Responsibility Journal*, 17(8), 1320–1336. <https://doi.org/10.1108/SRJ-05-2020-0191>
- Amin, S., & Tarun, Md. T. (2019). Enhancing Green Hotel Visit Intention: Role of Green Perceived Value, Perceived Consumer Effectiveness and Environmental Knowledge. *International Business Research*, 12(5), 123. <https://doi.org/10.5539/ibr.v12n5p123>
- Baiquni, A. M., & Ishak, A. (2019). The Green Purchase Intention of Tupperware Products: The Role of Green Brand Positioning. *Jurnal Siasat Bisnis*, 23(1), 1–14. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol23.iss1.art1>
- BPS Kota Malang. (2023, December 21). *Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin di Kota Malang (Jiwa), 2021-2023*. Badan Pusat Statistik Kota Malang. <https://malangkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/NDgjMg==/jumlah-penduduk-menurut-kecamatan-dan-jenis-kelamin-di-kota-malang.html>
- BPS Provinsi Jawa Timur. (2022, June 3). *Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin dan Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Timur (Jiwa), 2022-2023*. Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. <https://jatim.bps.go.id/id/statistics-table/2/Mzc1IzI=/jumlah-penduduk-menurut-jenis-kelamin-dan-kabupaten-kota-provinsi-jawa-timur.html>

- Carfora, V., Cavallo, C., Catellani, P., Del Giudice, T., & Cicia, G. (2021). Why Do Consumers Intend to Purchase Natural Food? Integrating Theory of Planned Behavior, Value-Belief-Norm Theory, and Trust. *Nutrients*, *13*(6), 1904. <https://doi.org/10.3390/nu13061904>
- Chan, R. Y. K. (2001). Determinants of Chinese Consumers' Green Purchase Behavior. *Psychology & Marketing*, *18*(4), 389–413.
- Charter, M., & Polonsky, M. J. (2017). *Greener Marketing: A Global Perspective on Greening Marketing Practice* (M. Charter & M. J. Polonsky, Eds.; 1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351283083>
- Citra Harum Juara. (2024, July 24). *Sisa Makanan Merupakan Jenis Sampah Terbanyak di Indonesia*. Citra Harum Juara.
- Cruz, S. M., & Manata, B. (2020). Measurement of Environmental Concern: A Review and Analysis. *Frontiers in Psychology*, *11*(363), 1–14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00363>
- Dahlstrom, R. (2011). *Green Marketing Management*. South Western Cengage Learning.
- Dangelico, R. M., & 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*, 1263–1279. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.07.184>
- Defitri, M. (2023, May 5). *Mengenal Konsep Green Living*. Waste 4 Change. <https://waste4change.com/blog/mengenal-konsep-green-living/>
- Fabiola, K., & Mayangsari, L. (2020). The Influence of Green Skepticism, Environmental Knowledge and Environmental Concern on Generation Z's Green Purchase Intentions in Indonesia. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, *5*(8), 96–105. <https://doi.org/10.47405/mjssh.v5i8.470>
- Fithro. (2024, September 21). *Gaya Hidup Berkelanjutan: Tren Ramah Lingkungan di Kalangan Generasi Z*. Zetizens.Id. <https://zetizens.id/21/09/2024/gaya-hidup-berkelanjutan-tren-ramah-lingkungan-di-kalangan-generasi-z/>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate: Dengan Program IBM SPSS 25* (1st ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, R. K., & Ekawati, N. W. (2016). Pengaruh Pengetahuan Lingkungan Terhadap Niat Membeli Produk Hijau pada Merek “Attack” dengan Kepedulian Lingkungan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Universitas Udayana*, *5*(4), 2223–2249.
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2010). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy* (11th ed.). McGraw-Hill Irwin.

- Heo, J., & Muralidharan, S. (2019). What Triggers Young Millennials to Purchase Eco-Friendly Products?: The Interrelationships Among Knowledge, Perceived Consumer Effectiveness, and Environmental Concern. *Journal of Marketing Communications*, 25(4), 421–437. <https://doi.org/10.1080/13527266.2017.1303623>
- Hernomo, A. F., & Christian, S. (2021). Pengaruh Pengetahuan Lingkungan dan Kepedulian Lingkungan Terhadap Niat Beli Produk The Body Shop di Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 6(4), 302–311. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i4.2552>
- Hong, Y., Hu, J., Chen, M., & Tang, S. (2023). Motives and Antecedents Affecting Green Purchase Intention: Implications for Green Economic Recovery. *Economic Analysis and Policy*, 77, 523–538. <https://doi.org/10.1016/j.eap.2022.12.005>
- Jayani, D. H. (2024, August 24). 6 Produk Ramah Lingkungan yang Paling Banyak Dibeli Masyarakat. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/5386e2abd861ada/6-produk-ramah-lingkungan-yang-paling-banyak-dibeli-masyarakat>
- Kaiser, F. G., & Fuhrer, U. (2003). Ecological Behavior's Dependency on Different Forms of Knowledge. *International Association for Applied Psychology*, 52(4), 598–613.
- Khotari, C. R. (2004). *Research Methodology - Methods and Techniques* (2nd ed.). New Age International.
- Lee, K. (2010). The Green Purchase Behavior of Hong Kong Young Consumers: The Role of Peer Influence, Local Environmental Involvement, and Concrete Environmental Knowledge. *Journal of International Consumer Marketing*, 23(1), 21–44. <https://doi.org/10.1080/08961530.2011.524575>
- Malang Posco Media. (2024, August 15). Maba Mulai Banjiri Kota Malang. Malang Posco Media. <https://malangposcomedia.id/maba-mulai-banjiri-kota-malang/>
- Martin, D. M., & Lyons, J. E. (2018). Monitoring the Social Benefits of Ecological Restoration. *Restoration Ecology*, 26(6), 1045–1050. <https://doi.org/10.1111/rec.12888>
- Moslehpour, M., Chau, K. Y., Du, L., Qiu, R., Lin, C. Y., & Batbayar, B. (2023). Predictors of Green Purchase Intention Toward Eco-Innovation and Green Products: Evidence from Taiwan. *Economic Research-Ekonomika Istrazivanja*, 36(2), 1–22. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2121934>
- Nath, V., & Agrawal, R. (2023). Barriers to Consumer Adoption of Sustainable Products – an Empirical Analysis. *Social Responsibility Journal*, 19(5), 858–884. <https://doi.org/10.1108/SRJ-12-2020-0495>

- Onel, N. (2023). Transforming Consumption: The Role of Values, Beliefs, and Norms in Promoting Four Types of Sustainable Behavior. *Journal of Consumer Behaviour*, 23(2), 491–513. <https://doi.org/10.1002/cb.2212>
- Permana, G. I., & Susilowati, C. (2024). Driving Green Purchasing: How Knowledge and Consciousness Shape Attitudes and Intentions to Use Plastic Bottles in East Java. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 13(5), 133–146. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v13i5.3515>
- Qomariah, A., & Prabawani, B. (2020). The Effects of Environmental Knowledge, Environmental Concern, and Green Brand Image on Green Purchase Intention with Perceived Product Price and Quality as the Moderating Variable. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 448(1), 1–10. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/448/1/012115>
- Rini, A. S., Sukaatmadja, I. P. G., & Giantari, I. G. A. (2017). Pengaruh Pengetahuan Lingkungan dan Kepedulian Lingkungan Terhadap Sikap dan Niat Beli Produk Hijau The Body Shop di Kota Denpasar. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 6(1), 17–32.
- Rochaety, E., Ratih, T., & Latief, A. M. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis: Dengan Aplikasi SPSS* (2nd ed., Vol. 1). Mitra Wacana Media. www.mitrawacanamedia.com
- Romadhona, S. (2023, September 25). *Teknologi Jadi Nafas Gen Z, Tonggak Penentu Indonesia Maju*. Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. <https://umsida.ac.id/8-karakteristik-gen-z-yang-jadi-penentu-indonesia/>
- Schultz, W. P. (2001). The Structure of Environmental Concern: Concern for Self, Other People, and The Biosphere. *Journal of Environmental Psychology*, 21(4), 327–339. <https://doi.org/10.1006/jevp.2001.0227>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis : Pendekatan Pengembangan Keahlian* (6th ed., Vol. 1). Salemba Empat.
- Sousa, S., Correia, E., Leite, J., & Viseu, C. (2021). Environmental Knowledge, Attitudes and Behavior of Higher Education Students: a Case Study in Portugal. *International Research in Geographical and Environmental Education*, 30(4), 348–365. <https://doi.org/10.1080/10382046.2020.1838122>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (1st ed.). Penerbit Alfabeta.
- Wang, L., Wong, P. P. W., & Narayanan Alagas, E. (2020). Antecedents of Green Purchase Behaviour: an Examination of Altruism and Environmental Knowledge. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 14(1), 63–82. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-02-2019-0034>

- Yulianti, C. (2024, October 29). *Minat & Kesadaran Gen Z terhadap Isu Lingkungan Ternyata Tinggi, Tapi...* Detik Edu. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-7612433/minat-kesadaran-gen-z-terhadap-isu-lingkungan-ternyata-tinggi-tapi>
- Zandstra, E. H., Miyapuram, K. P., & Tobler, P. N. (2013). Understanding Consumer Decisions Using Behavioral Economics. In *Progress in Brain Research* (Vol. 202, pp. 197–211). Elsevier B.V. <https://doi.org/10.1016/B978-0-444-62604-2.00012-5>
- Zhuang, W., Luo, X., & Riaz, M. U. (2021). On the Factors Influencing Green Purchase Intention: A Meta-Analysis Approach. *Frontiers in Psychology*, *12*(644020), 1–15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.644020>



Lembaga Informasi dan Publikasi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang
Tanda Terima Cek Plagiasi

Tanggal : 24/6/2025

Kode : 2705168983
Nama : Mutya Rahanis
NIM : 202010160311229
Prodi : Manajemen
Judul Penelitian : Pengaruh Pengetahuan Dan Kepedulian Lingkungan Terhadap Niat Beli Makanan Organik
Persentase Plagiasi : 7%
Keterangan : LULUS

Kepala LIP



Rinaldy Achmad Roberth Fathoni, S.AB., M.M