



## **THE INFLUENCE OF ENVIRONMENTAL AWARENESS, GREEN PRODUCT, AND GREEN PROMOTION TOWARDS PURCHASE DECISION ON PRODUCT BIO2000 TOILET DRAIN FORMULA STUDY CASE CONSUMEN IN SURAKARTA**

## **PENGARUH ENVIRONMENTAL AWARENESS, GREEN PRODUCT, DAN GREEN PROMOTION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BIO2000 FORMULA KURAS WC STUDI KASUS KONSUMEN DI SURAKARTA**

**Salsabilla Nur Azzahra**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta

E-mail: [salsabillanurazzahramnj@gmail.com](mailto:salsabillanurazzahramnj@gmail.com)

### **ARTICLE INFO**

#### **Correspondent**

**Salsabilla Nur Azzahra**  
[salsabillanurazzahramnj@gmail.com](mailto:salsabillanurazzahramnj@gmail.com)

#### **Key words:**

*environmental awareness, green product, green promotion, purchasing decisions, sanitary hygiene, fecal sludge management*

#### **Website:**

<https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER>

**Page: 1650 - 1664**

### **ABSTRACT**

*This research aims to analyze the influence of Environmental Awareness, Green Products, and Green Promotion on Purchase Decisions for BIO2000 FORMULA KURAS WC products in Surakarta. The sample in this study was 100 respondents who were consumers of the BIO2000 FORMULA DURAS WC product who had purchased 1 pc of the product. Using the data collection technique used was the Survey method with the research instrument used was a Questionnaire. The results of the instrument test stated that the data in this study was proven to be valid and reliable. In the Classical Assumption Test, it is stated that the data in this study is normally distributed and produces a regression model that is free from multicollinearity and heteroscedasticity. The results of this research prove that: (1) Environmental Awareness has a significant positive effect on the decision to purchase the BIO2000 FORMULA KURAS WC product in Surakarta, (2) Green Product has a significant positive effect on the decision to purchase the BIO2000 FORMULA KURAS WC product in Surakarta (3) Green Promotion It has no influence on purchasing decisions for BIO2000 FORMULA KURAS WC products in Surakarta. These results have implications for future researchers to study consumer behavior towards various environmentally friendly sanitation hygiene products. The findings of this research have implications for producers of environmentally friendly products to formulate Green Promotion strategies for consumers in order to influence consumer purchasing decisions.*

Copyright © 2023 JSER. All rights reserved.

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p><b>Koresponden</b></p> <p><b>Salsabilla Nur Azzahra</b>  <i>salsabillanurazzahramnj@gmail.com</i></p> <p><b>Kata kunci:</b>  kepedulian lingkungan,  produk ramah lingkungan,  promosi ramah lingkungan,  keputusan pembelian,  kebersihan sanitasi,  pengolahan lumpur tinja</p> <p><b>Website:</b>  <a href="https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER">https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER</a></p> <p><b>Hal: 1650 - 1664</b></p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh <i>Environmental Awareness</i>, <i>Green Product</i>, dan <i>Green Promotion</i> terhadap Keputusan Pembelian produk BIO2000 FORMULA KURAS WC di Surakarta. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 Responden yang merupakan konsumen dari produk BIO2000 FORMULA KURAS WC yang sudah pernah melakukan pembelian produk sebanyak 1 pcs. Dengan menggunakan Teknik Pengumpulan data yang digunakan adalah metode survei dengan instrument penelitian yang digunakan adalah Kuisisioner. Hasil Uji Intrumen menyatakan bahwa data dalam penelitian ini terbukti valid dan reliabel. Pada Uji Asumsi Klasik dinyatakan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal dan menghasilkan model regresi yang bebas dari multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Hasil Penelitian ini membuktikan bahwa: (1) <i>Environmental Awareness</i> berpengaruh signifikan secara positif terhadap Keputusan Pembelian Produk BIO2000 FORMULA KURAS WC di Surakarta, (2) <i>Green Product</i> berpengaruh signifikan secara positif terhadap Keputusan Pembelian Produk BIO2000 FORMULA KURAS WC di Surakarta (3) <i>Green Promotion</i> tidak memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk BIO2000 FORMULA KURAS WC di Surakarta. Hasil ini membawa implikasi bagi peneliti selanjutnya untuk mengkaji perilaku konsumen pada beragam produk kebersihan sanitasi yang ramah lingkungan. Temuan penelitian ini membawa implikasi bagi produsen produk ramah lingkungan untuk merumuskan strategi <i>Green Promotion</i> pada konsumen agar mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.</p> <p style="text-align: right;"><i>Copyright © 2023 JSER. All rights reserved.</i></p>

## PENDAHULUAN

*Environmental awareness* atau kepedulian lingkungan menjadi sebuah isu yang menjadi perbincangan, seperti pada tahun 2022 silam *United Nations Children's Fund* (UNICEF) meluncurkan sebuah campaign, yaitu #DihantuiTai demi meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap dampak buruknya sanitasi bagi kesehatan masyarakat di Indonesia agar mulai bertindak untuk peduli dan melindungi lingkungan. Bersumber dari data Studi Mengenai Kualitas Air Minum Rumah Tangga oleh Kementerian Kesehatan Republik Indonesia yang menyatakan perihal kualitas air minum rumah tangga yang tercemar limbah tinja dengan presentase hampir sebesar 70% dari 20.000 sumber air minum domestik yang diuji dan berdampak negatif sehingga menyebabkan penyebaran diare yang merupakan salah satu dari sekian banyak penyebab utama kematian pada Balita. Dengan adanya isu Lingkungan tersebut, UNICEF menyerukan kepada masyarakat di Indonesia mengenai keamanan sanitasi dan juga dampak dari pencemaran pada sumber air yang tercepar oleh limbah tinja terhadap kesehatan masyarakat dengan menyerukan

untuk memasang, memeriksa, atau mengganti tangka *Septic-Tank* nya serta Pengurusan Rutin pada Tangki *Saptic-Tank* minimal satu kali setiap 3 hingga 5 tahun.

Dapat disadari dengan adanya isu lingkungan dalam perihal sanitasi dan pengurusan limbah tinja merupakan sebuah isu yang penting bagi kehidupan masyarakat di dunia khususnya di Indonesia. Salah satu kota di Indonesia yakni Kota Surakarta yang menurut Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah, Kota Surakarta sendiri memiliki luas 44,04 km. Pada sensus terakhir yang dilaksanakan tahun 2022 diketahui jumlah penduduk sebanyak 523.008 jiwa, dan merupakan kota terpadat di Provinsi Jawa Tengah, dengan kepadatan penduduk 11.878 per kilometer. Dengan tingginya kepadatan penduduk tersebut, maka aspek lingkungan hidup seperti kebersihan sanitasi merupakan suatu poin penting yang menjadi masalah serius.

Dalam perihal sanitasi Kota Surakarta sendiri sudah memiliki Instalasi Pengolahan Lumpur Tinja (IPLT) Kementerian Kesehatan Republik Indonesia menyatakan bahwa hampir 70% dari 20.000 sumber air minum domestik yang diuji di Indonesia terkontaminasi limbah feses dan berdampak negatif sehingga menyebabkan penyebaran diare, yang merupakan instalasi pengolahan limbah yang dirancang hanya untuk menerima dan mengolah lumpur kotoran mobil (Truk Tinja) di mana Surakarta memiliki IPLT yang bernama IPLT Putri Cempo.

Menurut Sistem Informasi yang dikelola oleh Manajemen Air Minum dan Sanitasi Bidang Keciaptakarya (SIMANISCIKA) milik dinas PU Bina Marga dan Ciptakarya Provinsi Jawa Tengah, IPLT Putri Cempo bertempat di Kelurahan Mojosongo, Kecamatan Jebres, Kota Surakarta, dengan kapasitas rencana dapat menampung sebanyak 45 meter kubik per harinya dengan menggunakan sistem Imhoff yang dibangun pada tahun 1993 dengan menggunakan pembiayaan APBN dan dioptimalisasi pembangunannya pada tahun 2006 dan 2015 yang masih beroperasi hingga kini, IPLT Putri Cempo sendiri memiliki 2 unit mobil truk tinja dengan kapasitas 4 meter kubik per unitnya, Sistem pengolahan air limbah domestik Kota Surakarta terbagi menjadi dua, yaitu Sistem Pengolahan limbah terpusat dan lokal. Dari data tersebut Menurut Penelitian yang dilakukan oleh Gumilangsari, S., Abfertiawan, M. S., & Soewondo, P. pada tahun 2021 IPLT Putri Cempo masih memerlukan tambahan kapasitas agar proses pengolahannya dapat bekerja maksimal dikarenakan pangsa Sistem Pengelolaan Air Limbah Domestik Setempat (SPALD-T) di Kota Surakarta adalah sekitar 18%, sehingga SPALD-T masih bergantung pada jasa pengolahan limbah domestik di kota tersebut.

Dengan adanya isu lingkungan tersebut, perlu kita sadari kebersihan sanitasi dan pengolahan limbah tinja adalah tanggung jawab bersama. Dengan adanya *Environmental awareness* atau kesadaran lingkungan merupakan persepsi individu terhadap keselamatan dan masa depan lingkungan, yang dapat memotivasi seseorang untuk bertindak aktif atau pasif (Mkik *et al*, 2017) dan ia juga menyatakan bahwa kepedulian lingkungan ini terbukti penting karena berbagai alasan yang mendorong keberlanjutan dan menumbuhkan rasa keterhubungan dengan lingkungan yang mendorong konsumsi produk ramah lingkungan. Perlindungan sumber daya alam yang tak tergantikan serta spesies tumbuhan dan hewan yang rentan atau juga dapat dipahami bahwa kesadaran lingkungan terbukti penting dikarenakan oleh beberapa alasan. Hal ini mendorong adanya pembangunan yang berkelanjutan dan menumbuhkan rasa keterhubungan dengan lingkungan hidup,

dengan mendorong konsumsi produk yang ramah lingkungan atau *Green Product*, melestarikan sumber daya alam yang tak tergantikan, serta tumbuhan dan hewan.

Seiring berkembangnya inovasi produk dari perusahaan-perusahaan di Indonesia yang mulai sadar akan isu lingkungan hidup mulai menyediakan produk yang ramah terhadap lingkungan atau *Green Product* yang menawarkan produk alternatif yang diolah dengan bahan ekologis yang dapat menghemat energi, menghilangkan produk beracun dan meminimalisir polusi dan limbah (Pankaj dan Vishal, 2014). Salah satu dari sekian banyak perusahaan yang mengupayakan pengadaan *Green Product* ini salah satunya adalah anak perusahaan dari PT. BIODUA RIBU, yaitu CV. INDOCHEMICALS dengan menghasilkan salah satu produk inovasinya ialah BIO2000 FORMULA KURAS WC yang menawarkan solusi mudah mengatasi *Septic-Tank* yang penuh dengan cara yang terbilang mudah yaitu dengan menuangkan produk ke dalam kloset, BIO2000 FORMULA KURAS WC merupakan produk hasil dari inovasi biotechnology yang terbuat menggunakan bahan ramah lingkungan yang terdapat bahan aktif (*innoculant powder*) di dalamnya sebanyak 15%. BIO2000 FORMULA KURAS WC merupakan produk penguras WC atau *Septic-Tank* berbahan organik ramah lingkungan yang memiliki kegunaan untuk mengurai limbah tinja dengan tujuan untuk mencegah serta mengatasi *septic-tank* yang penuh dan mampu menghilangkan bau yang tidak sedap tanpa proses yang merusak saluran atau lingkungan sekitar.

Kesadaran akan lingkungan hidup ini juga dibagikan melalui adanya salah satu aktivitas yaitu *Green promotion* yang merupakan promosi yang mensosialisasikan mengenai pengetahuan tentang lingkungan hidup, kesadaran untuk meningkatkan lingkungan hidup, dan juga meminimalisir dampak akibat penggunaan alat promosi yang tidak aman untuk lingkungan (Zulkifli, 2020). Meskipun banyak perusahaan lain yang juga menghasilkan produk pembersih saluran air dan kloset untuk mengatasi *Septic-Tank* penuh ataupun menguras *Septic-Tank*, perlu diketahui bahwa tidak semua produk memiliki izin edar, dilandaskan oleh Peraturan Kementerian Kesehatan Republik Indonesia Nomor 62 Tahun 2017 yang memiliki pernyataan mengenai Izin Edar Alat Kesehatan Diagnostik *In Vitro* dan Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga, berdasarkan Nomor Izin Edar KEMENKES RI PKD 20308020082, produk BIO2000 FORMULA KURAS WC merupakan produk pembersih saluran air dan kloset yang sudah memiliki izin edar untuk melakukan pengedaran produk di pasar, dengan demikian perusahaan membagikan informasi mengenai keamanan produk terhadap lingkungan hidup dan konsumen agar tidak terjadi kerusakan saluran ataupun bangunan dan lingkungan hidup. BIO2000 FORMULA KURAS WC sendiri merupakan produk pertama dari PT. BIODUA RIBU yang menginspirasi menjadi kalimat kampanye perusahaan '*Green Is My World*'.

Keputusan pembelian konsumen adalah perilaku konsumen, yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli dan menggunakan, dan bagaimana suatu produk digunakan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen (Kotler dan Keller, 2016: 194). Hingga saat ini ada sekitar 250 Toko Retail dan Apotek di Surakarta yang menjadi agen distributor produk BIO2000 FORMULA KURAS WC berdasarkan arsip data perusahaan. BIO2000 FORMULA KURAS WC memiliki sejumlah konsumen dengan adanya distributor resmi yang mendistribusikan produk BIO2000 FORMULA KURAS WC di Jawa, Bali, dan Madura, dan juga tersebar di aplikasi *E-Commerce* yang tersedia, yang mana dari hasil

data penjualan perusahaan pada tahun 2022, produk BIO2000 FORMULA KURAS WC mendapat total penjualan sebanyak 115.479, dengan penjualan 32.117 pcs dari BIO2000 FORMULA KURAS WC ukuran 1000 Gram dan 83.362 pcs dari BIO2000 FORMULA KURAS WC ukuran 500 gram. didapat dari data tersebut yang bersumber dari arsip Perusahaan mengenai Laporan Penjualan Produk BIO2000 FORMULA KURAS WC, produk BIO2000 FORMULA KURAS WC merupakan produk yang memiliki sejumlah pembelian dari konsumen yang bisa diteliti mengenai apa yang mendorong konsumen untuk memiliki keputusan pembelian pada produk BIO2000 FORMULA KURAS WC.

Sesuai dengan Penjabaran mengenai *Environmental Awareness*, *Green Product*, *Green Promotion*, dan Keputusan Pembelian dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut merupakan faktor penting yang dapat untuk terus dikembangkan dengan adanya analisa lebih lanjut, penulis mengimplementasikan pada produk BIO2000 FORMULA KURAS WC untuk pengembangan produk dan usaha lebih lanjut. Dengan ini penulis mengangkat judul penelitian yang berjudul “Pengaruh *Environmental Awareness*, *Green Product*, dan *Green Promotion* terhadap Keputusan Pembelian Produk Bio2000 Formula Kuras Wc Studi Kasus Konsumen di Surakarta”.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan Metode Penelitian kuantitatif, dimana penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian eksperimen atau survei. Penelitian ini menggunakan metode survei secara acak yang tujuannya untuk mengetahui hubungan sebab akibat antar variabel yang diteliti (Sugiyono, 2015). Variabel yang digunakan adalah variable independent yang terdiri dari *Environmental Awareness* (X1), *Green Product* (X2), *Green Promotion* (X3), dan Variabel Dependen menggunakan Keputusan Pembelian (Y). Penelitian ini dilaksanakan di kota Surakarta, provinsi Jawa Tengah. Dalam penelitian ini, menggunakan pengumpulan data dengan melakukan penyebaran kuisioner pada 100 konsumen yang sudah pernah melakukan pembelian setidaknya 1 kali pada produk BIO2000 FORMULA KURAS WC di Surakarta.

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Environmental Awareness*, *Green Product*, *Green Promotion*, dan keputusan pembelian pada konsumen produk BIO2000 FORMULA KURAS WC di Surakarta. Pada penelitian ini menggunakan Data sekunder berupa artikel UNICEF (*United Nations Children's Fund*) mengenai kepedulian lingkungan terhadap sanitasi mengenai air minum yang tercemar oleh tinja pada tahun 2022, diperoleh dari *website* resmi UNICEF yaitu [www.unicef.org](http://www.unicef.org). Data luas Kota Surakarta dan kepadatan penduduk Kota Surakarta yang diperoleh dari *website* resmi Badan Pusat Statistik kota Surakarta yaitu [www.surakartakota.bps.go.id](http://www.surakartakota.bps.go.id). Informasi mengenai IPLT Putri Cempo milik Kota Surakarta yang mengelola manajemen untuk Air Minum dan Sanitasi Bidang Keciptakarya (SIMANISCIKA) dari halaman *web* resmi milik Dinas PU Bina Marga dan Ciptakarya Provinsi Jawa Tengah, yaitu [www.simanis.dpubinmarcipka.jatengprov.go.id](http://www.simanis.dpubinmarcipka.jatengprov.go.id). Data mengenai informasi perusahaan PT. BIO DUA RIBU, dan produk BIO2000 FORMULA KURAS WC dari halaman resmi Perusahaan PT. BIO DUA RIBU yaitu [www.bioduaribu.com](http://www.bioduaribu.com), data penjualan produk dan data konsumen di Surakarta dari produk BIO2000 FORMULA KURAS WC pada tahun 2022 dari arsip data perusahaan PT. BIO DUA RIBU.

Populasi pada penelitian ini yaitu konsumen produk BIO2000 FORMULA KURAS WC yang berada di Kota Surakarta. Jenis populasi yang diteliti adalah *infinite population* disebabkan oleh jumlah yang belum pasti dari total konsumen produk BIO2000 FORMULA KURAS WC di Surakarta. Penelitian ini menggunakan prosedur pengambilan sampel dengan metode *non-probability sampling* dengan menggunakan Teknik purposive sampling. Teknik Purposive sampling adalah Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini menggunakan sampel yang memiliki karakteristik sebagai Responden penelitian merupakan konsumen yang sudah melakukan pembelian dan menggunakan produk BIO2000 FORMULA KURAS WC setidaknya 1 kali. Responden penelitian merupakan konsumen BIO2000 FORMULA KURAS WC yang berada di Kota Surakarta. Pada penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow untuk menetapkan berapa jumlah sampel yang akan digunakan dikarenakan kuantiti dari populasi yang bersifat *infinte* atau tidak diketahui secara pasti nilainya. Dengan hasil perhitungan menunjukkan nilai sampel sebesar 96,04 responden sehingga peneliti akan membulatkan menjadi 100 responden.

Teknik Pengumpulan data dalam penelitian ini yakni menggunakan Angket atau Kuesioner yang didefinisikan sebagai Suatu teknik pengumpulan data yang melibatkan pertanyaan-pertanyaan yang disusun secara sistematis. Responden diminta memberikan jawaban yang terukur dengan menggunakan pilihan jawaban yang tersedia atau dengan mengisi ruang yang kosong. Kuesioner atau Angket digunakan untuk mengumpulkan data dari sampel yang besar dalam penelitian kuantitatif (Creswell, 2014). Kuesioner penelitian didesain dalam lima bagian utama yaitu deskripsi penelitian, *informed consent* responden penelitian, profil responden penelitian dan penilaian responden terhadap variabel penelitian yang meliputi *Environmental Awareness, Green Product, Green Promotion*, dan Keputusan Pembelian. Kuesioner pada penelitian ini dibuat dengan menggunakan *Platform Google Form* yang kemudian tautan kuesioner disebarkan kepada konsumen produk BIO2000 FORMULA KURAS WC di Surakarta menggunakan media sosial. Dalam penelitian ini menggunakan skala likert sebagai skala pengukuran, yang bertujuan untuk dapat mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu fenomena sosial (Sugiyono, 2019). Dengan memberikan skor pada setiap pilihan jawaban, dengan skor 1-5.

Pada Penelitian ini akan menggunakan Uji Instrumen (Uji Validitas, dan Uji Realibilitas), Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, dan Uji Heteroskedastisitas), Analisis Linier Berganda, Uji Hipotesis parsial Uji t, Uji Koefisien Determinasi, dan Uji Deskriptif.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Validitas

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas**

Variabel <i>Environmental Awareness</i> (X1)	Sig	Kriteria (0,05)	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	0,000	0,05	0,733	0,1966	Valid
X1.2	0,000	0,05	0,715	0,1966	Valid
X1.3	0,000	0,05	0,599	0,1966	Valid
X1.4	0,000	0,05	0,584	0,1966	Valid
X1.5	0,000	0,05	0,605	0,1966	Valid
X1.6	0,000	0,05	0,700	0,1966	Valid
Variabel <i>Green Product</i> (X2)	Sig	Kriteria (0,05)	R hitung	R tabel	Keterangan
X2.1	0,000	0,05	0,732	0,1966	Valid
X2.2	0,000	0,05	0,619	0,1966	Valid
X2.3	0,000	0,05	0,717	0,1966	Valid
X2.4	0,000	0,05	0,550	0,1966	Valid
X2.5	0,000	0,05	0,595	0,1966	Valid
X2.6	0,000	0,05	0,649	0,1966	Valid
Variabel <i>Green Promotion</i> (X3)	Sig	Kriteria (0,05)	R hitung	R tabel	Keterangan
X3.1	0,000	0,05	0,636	0,1966	Valid
X3.2	0,000	0,05	0,635	0,1966	Valid
X3.3	0,000	0,05	0,576	0,1966	Valid
X3.4	0,000	0,05	0,572	0,1966	Valid
X3.5	0,000	0,05	0,542	0,1966	Valid
X3.6	0,000	0,05	0,644	0,1966	Valid
X3.7	0,000	0,05	0,562	0,1966	Valid
X3.8	0,000	0,05	0,625	0,1966	Valid
Variabel Keputusan Pembelian (Y)	Sig	Kriteria (0,05)	R hitung	R tabel	Keterangan
Y.1	0,000	0,05	0,655	0,1966	Valid
Y.2	0,000	0,05	0,573	0,1966	Valid
Y.3	0,000	0,05	0,613	0,1966	Valid
Y.4	0,000	0,05	0,543	0,1966	Valid
Y.5	0,000	0,05	0,665	0,1966	Valid
Y.6	0,000	0,05	0,661	0,1966	Valid

Berdasarkan pada tabel 1. maka hasil uji validitas diketahui bahwa pada setiap pernyataan variabel yang diajukan kepada responden memperoleh pernyataan valid dikarenakan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel.

### Hasil Uji Reabilitas

**Tabel 2. Hasil Uji Reabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
X1 (Environmental Awareness)	0,706	0,6	Reliabel
X2 (Green Product)	0,700	0,6	Reliabel
X3 (Green Promotion)	0,735	0,6	Reliabel
Y (Keputusan Pembelian)	0,652	0,6	Reliabel

Sumber: Data primer diolah SPSS Tahun 2024

Berdasarkan Tabel 2., dapat dilihat bahwa variabel independent Environmental Awareness (X1) memiliki nilai reliabilitas sebesar 0,706, Green Product (X2) memiliki nilai realibilitas sebesar 0,700, *Green Promotion* memiliki nilai realibilitas sebesar 0,735,

dan variabel dependen Keputusan Pembelian (Y) memiliki nilai reliabilitas sebesar 0,652. Dari hasil uji Realibilitas dapat diketahui bahwa seluruh variabel pada penelitian ini memiliki nilai realibilitas *Cronbac's Alpha* diatas 0,6 sehingga dapat disimpulkan seluruh item pertanyaan pada seluruh variabel yang digunakan dapat dinyatakan reliabel untuk digunakan pada penelitian.

### Hasil Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.36197268
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.112
	Positive	.112
	Negative	-.082
Test Statistic		.112
Asymp. Sig. (2-tailed)		.004 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan pada Tabel 3, hasil uji normalitas menunjukkan nilai Asym sig. (2-tailed) sebesar 0,04 atau nilainya lebih kecil daripada 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak terdistribusi secara normal. Sehingga dengan adanya permasalahan tersebut dapat diatasi menggunakan penerapan *Exact asymp sign (2-tailed)* sesuai dengan uji yang dilakukan oleh Cyrus.R.Mehta dan Nitin.R.Patel pada tahun 2015, Tabel berikut merupakan hasil uji dari data yang menggunakan penerapan *Exact asymp sign (2-tailed)*:

**Tabel 4. Uji Normalitas setelah Exact Asymp  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.36197268
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.112
	Positive	.112
	Negative	-.082
Test Statistic		.112
Asymp. Sig. (2-tailed)		.004 <sup>c</sup>
Exact Sig. (2-tailed)		.154
Point Probability		.000

a. Test distribution is Normal.

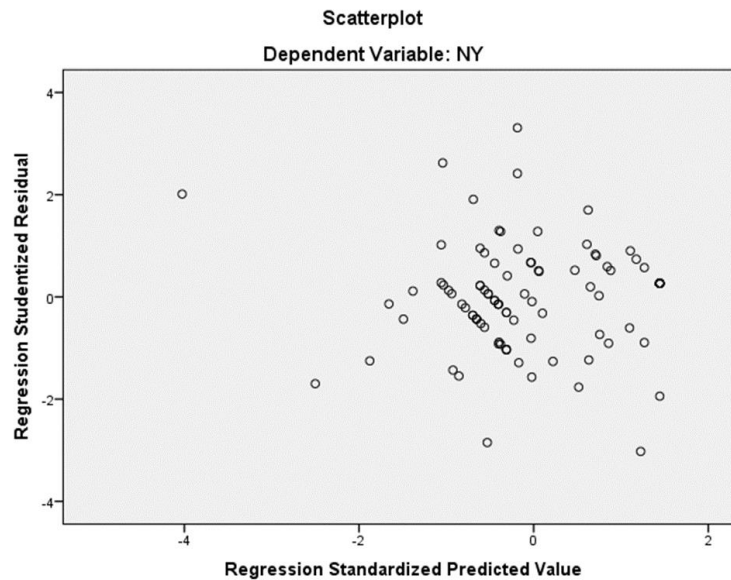
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.



Berdasarkan Hasil Uji Normalitas dari tabel diatas maka dapat diketahui bahwa nilai *Exact.Sig.(2-tailed)* sebesar 0,154 dimana lebih besar dari signifikansi 0,05 sehingga uraian tersebut menyimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini terdistribusi secara normal.

**b. Uji Heteroksedastisitas**



**Gambar 1. Grafik Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas  
Sumber: Data Primer diolah SPSS tahun 2024**

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada Gambar 4.2.2 terlihat titik-titik data tersebar di atas dan di bawah angka nol, titik-titik tersebut tidak mengelompok keatas atau ke bawah dan tidak membentuk pola tertentu..Pada penelitian ini menggunakan garis *Regression Standardized Predicted Value* dan garis *RegressionStandadized Residual* untuk menjadi kriteria yang akan digunakan untuk menentukan Heteroskedastisitas, Dari data gambar yang disajikan dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas dikarenakan titik-titik yang menyebar disekitar angka nol dan tidak membentuk pola tertentu sehingga diartikan tidak terjadi ketidaksamaan antara residual satu antar pengamatan ke pengamatan yang lainnya.

**c. Uji Multikolinearitas**

Hasil Uji Multikolinearitas pada penelitian ini menggunakan bantuan software IBM SPSS Statistics sebagai berikut:

**Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas**  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.895	1.353		2.879	.005		
NX1	.222	.076	.248	2.935	.004	.356	2.811
NX2	.501	.082	.550	6.131	.000	.314	3.183
NX3	.101	.063	.136	1.598	.113	.352	2.842

a. Dependent Variable: NY

Sumber: Data primer diolah SPSS tahun 2024

Berdasarkan Tabel 5, data menunjukkan nilai VIF variabel NX1 (*Environmental Awareness*) atau variabel faktor inflasi sebesar 2811 dengan nilai toleransi sebesar 0,356 dan nilai VIF variabel NX2 (*Green Product*) sebesar 3183. Nilai toleransinya sebesar 0,314 dan nilai variabel NX3 (*Green Promotion*) sebesar 2842 dengan nilai toleransi sebesar 0,352. Hasil analisis nilai toleransi menunjukkan bahwa seluruh variabel independen mempunyai nilai toleransi <0,10 dan semua nilai VIF <10. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi penelitian ini tidak menunjukkan adanya multikolinearitas yang dapat diartikan tidak adanya korelasi antar variabel independen penelitian ini dan dapat dinyatakan bebas dari multikolinearitas.

#### d. Uji Regresi Linier Berganda

Hasil Uji Regresi Linier Berganda pada penelitian ini menggunakan bantuan software IBM SPSS Statistic yang disajikan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	1 (Constant)	3.895	1.353				2.879
NX1	.222	.076	.248	2.935	.004	.356	2.811
NX2	.501	.082	.550	6.131	.000	.314	3.183
NX3	.101	.063	.136	1.598	.113	.352	2.842

a. Dependent Variable: NY

Dependent Variable: NY

Sumber: Data primer dolah tahun 2024

Berdasarkan Tabel 6. pada penelitian ini diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 3,895 + 0,222X_1 + 0,501X_2 + 0,101X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda diatas maka didapatkan penjelasan sebagai berikut:

- 1) Nilai Constant sebesar 3,895 maka hal ini dapat menunjukan bahwa apabila variabel NX1 (*Environmental Awareness*), NX2 (*Green Product*), dan NX3

(*Green Promotion*) bersifat Konstan atau tetap, maka keputusan pembelian mengalami kenaikan sebesar 3,895.

- 2) Koefisien regresi linier pada variabel NX1 (*Environmental Awareness*) sebesar 0,222. Hal ini menunjukkan bahwa variabel NX1 memiliki pengaruh positif terhadap variabel NY (Keputusan pembelian) dengan koefisien regresi sebesar 0,222.
- 3) Koefisien regresi linear pada variabel NX2 (*Green Product*) sebesar 0,501. Sehingga hal ini dapat menunjukkan bahwa variabel NX2 memiliki pengaruh positif terhadap variabel NY (Keputusan Pembelian) dengan koefisien regresi sebesar 0,501.
- 4) Koefisien regresi linear pada variabel NX3 (*Green Promotion*) sebesar 0,101 sehingga hal ini menunjukkan jika variabel NX3 memiliki pengaruh positif terhadap variabel NY (Keputusan Pembelian) dengan koefisien regresi sebesar 0,101.

#### e. Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini Uji hipotesis menggunakan Uji t dengan bantuan *software* IBM SPSS, hasil dari uji t disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 7. Uji t (parsial)**  
Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.895	1.353		2.879	.005		
NX1	.222	.076	.248	2.935	.004	.356	2.811
NX2	.501	.082	.550	6.131	.000	.314	3.183
NX3	.101	.063	.136	1.598	.113	.352	2.842

Dependent Variable: NY

Sumber: Data Primer diolah SPSS tahun 2024

Berdasarkan tabel 7. diatas maka dapat didapatkan hasil dan dijelaskan analisis uji t sebagai berikut:

- 1) H1: Variabel NX1 (*Environmental Awareness*) memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,935 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,004. Dikarenakan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau  $0,004 < 0,05$ , Maka didapatkan hipotesa  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel NX1 (*Environmental Awareness*) berpengaruh signifikan terhadap variabel NY (Keputusan Pembelian) Produk BIO2000 FORMULA KURAS WC di Surakarta.
- 2) H2: Variabel NX2 (*Green Product*) memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,131 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dikarenakan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau  $0,000 < 0,05$ , Maka didapatkan hipotesa  $H_{02}$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel NX2 (*Green Product*) berpengaruh signifikan terhadap variabel NY (Keputusan Pembelian) Produk BIO2000 FORMULA KURAS WC di Surakarta.
- 3) H3: Variabel NX3 (*Green Promotion*) memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,598 dengan Tingkat signifikansi sebesar 0,113. Dikarenakan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 atau  $0,113 > 0,05$ , Maka didapatkan Hipotesa  $H_{03}$  diterima dan  $H_{a3}$  ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel NX3 (*Green*

*Promotion*) Tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel NY (Keputusan Pembelian) pada produk BIO2000 FORMULA KURAS WC di Surakarta.

Berdasarkan pada uraian hipotesis diatas, maka dapat disimpulkan bahwa variabel NX1 (*Environmental Awareness*) dan variabel NX2 (*Green Product*) secara individual ataupun parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel NY (Keputusan Pembelian). Sedangkan Variabel NX3 (*Green Promotion*) secara individual dan parsial Tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel NY (Keputusan Pembelian).

### Hasil Uji Koefisien Determinasi

Hasil dari Uji Nilai Koefisien pengaruh ditentukan oleh nilai *R\_square* dari software IBM SPSS yang disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.870 <sup>a</sup>	.757	.750	1.38309	2.145

a. Predictors: (Constant), NX3, NX1, NX2

b. Dependent Variable: NY

Sumber: Data Primer diolah tahun 2024

Berdasarkan Tabel 8 maka didapatkan hasil Nilai *Adjusted R square* yang menunjukkan proporsi variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independent. Dengan semakin tinggi nilai *Rsquare* yang diperoleh maka akan semakin baik bagi model regresi. *Rsquare* pada model regresi dalam penelitian ini yaitu sebesar 0,750 yang diartikan bahwa 75% dari variabel dependen (Keputusan Pembelian) dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independent (*Environmental Awareness*, *Green Product*, dan *Green Promotion*) sisanya yaitu 25% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

### Hasil Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif pada penelitian ini meliputi nilai Minimum, Nilai Maksimum, Nilai Rata-rata (mean), dan nilai simpangan baku (Standar Deviasi) dari keseluruhan variabel yaitu X1 (*Environmental Awareness*), X2 (*Green Product*), X3 (*Green Promotion*), dan Y (Keputusan Pembelian), dengan hasil yang disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 9. Analisis Statistik Deskriptif**

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
NX1 ( <i>Environmental Awareness</i> )	100	16.00	30.00	26.0300	3.08615
NX2 ( <i>Green Product</i> )	100	14.00	30.00	25.9500	3.03307
NX3 ( <i>Green Promotion</i> )	100	20.00	40.00	34.4600	3.69119
NY (Keputusan Pembelian)	100	18.00	30.00	26.1700	2.76360
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data primer diolah tahun 2024

Berdasarkan Tabel 9, dapat diperoleh data yang menunjukkan bahwa:

- 1) variabel NX1 (*Environmental Awareness*) berjumlah 100, dengan nilai *minimum* sebesar 16, nilai *maximum* sebesar 30, *mean* sebesar 26,03 dengan standar deviasi sebesar 3,086.

- 2) Variabel NX2 (*Green Product*) berjumlah 100, dengan nilai *minimum* sebesar 14, nilai *maksimum* sebesar 30, *mean* sebesar 25,95 dengan standar deviasi sebesar 3,033.
- 3) Variabel NX3 (*Green Promotion*) berjumlah 100, dengan nilai *minimum* sebesar 20, nilai *maksimum* sebesar 40, *mean* sebesar 34,46 dengan standar deviasi 3,69.
- 4) Variabel Y (Keputusan Pembelian) berjumlah 100, dengan nilai *minimum* 18, nilai *maksimum* 30, *mean* sebesar 26,17 dengan standar deviasi 2,76.

## Implikasi Hasil Penelitian

### 1. Implikasi Teoritis

Implikasi teoritis dari hasil penelitian ini adalah kajian teoritis yang menyatakan bahwa tentang adanya faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk yaitu *Environmental Awareness*, *Green Product*, dan *Green Promotion*. Dan terbukti dengan adanya 2 hipotesa yang di teliti dalam penelitian ini yaitu *Environmental Awareness* dan *Green Product* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. akan tetapi terdapat hipotesa pada *Green promotion* di dalam penelitian ini terbukti tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Hasil dari penelitian ini juga mendukung hasil dari penelitian terdahulu yang juga menyatakan bahwa *Environmental Awareness* dan *Green Product* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Konsumen (Siregar, 2021), (Rahmi, 2021), dan (Mahmoud,2022). Namun menolak hasil penelitian bahwa *Green Promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian didalam penelitian milik (Pratama,2023), (Nasution, 2023), dan (Lestari, 2023)

### 2. Implikasi Manajerial

Hasil penelitian ini memiliki implikasi manajerial sebagai masukan kepada pihak yang terakhit seperti Team Manajemen, Produksi maupun Pemasaran dari PT.BIO DUA RIBU untuk dapat tetap mempertahankan produk yang ramah akan lingkungan dan tetap ber inovasi pada produk-produk ramah lingkungan dengan tetap melakukan kepedulian terhadap lingkungan hidup serta mempertahankan legalitas dan perizinan dari pemerintahan agar tetap teruji dan terpercaya.

Dalam strategi promosi harus ditingkatkan mengingat *Green Promotion* bisa menjadi salah satu faktor yang berpengaruh secara positif pada keputusan pembelian produk didalam penelitian yang terdahulu, sehingga bisa menjadi bahan revisi untuk Manajemen maupun team *marketing* perusahaan agar terus meningkatkan Promosi Ramah lingkungan yang bisa dijangkau oleh masyarakat.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian mengenai pengaruh *Environmental Awareness*, *Green Product*, dan *Green Promotion* terhadap Keputusan Pembelian produk BIO2000 FORMULA KURAS WC studi kasus pada konsumen di Surakarta, dapat dijabarkan menjadi:

1. Hasil uji validitas diketahui bahwa pada setiap pernyataan variabel yang diajukan kepada responden memperoleh pernyataan valid dikarenakan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel.
2. Hasil uji Realibilitas dapat diketahui bahwa seluruh variabel pada penelitian ini memiliki nilai realibilitas *Cronbac's Alpha* di atas 0,6 sehingga dapat disimpulkan seluruh item pertanyaan pada seluruh variabel yang digunakan dapat dinyatakan reliabel untuk digunakan pada penelitian.
3. Hasil Uji Normalitas menunjukkan nilai *Asym sig. (2-tailed)* sebesar 0,04 atau nilainya lebih kecil daripada 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak terdistribusi secara normal, namun bisa teratasi menggunakan *Exact.Sig.(2-tailed)* sebesar 0,154 dimana lebih besar dari signifikansi 0,05 sehingga uraian tersebut menyimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini terdistribusi secara normal.
4. Hasil uji heteroskedastisitas terlihat titik-titik data tersebar di atas dan di bawah angka nol, titik-titik tersebut tidak mengelompok keatas atau ke bawah dan tidak membentuk pola tertentu, dan dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas dikarenakan titik-titik yang menyebar disekitar angka nol dan tidak membentuk pola tertentu sehingga diartikan tidak terjadi ketidaksamaan antara residual satu antar pengamatan ke pengamatan yang lainnya.
5. Nilai VIF variabel NX1 (*Environmental Awareness*) atau variabel faktor inflasi sebesar 2811 dengan nilai toleransi sebesar 0,356 dan nilai VIF variabel NX2 (*Green Product*) sebesar 3183. Nilai toleransinya sebesar 0,314 dan nilai variabel NX3 (*Green Promotion*) sebesar 2842 dengan nilai toleransi sebesar 0,352. Hasil analisis nilai toleransi menunjukkan bahwa seluruh variabel independen mempunyai nilai toleransi  $<$ 0,10 dan semua nilai VIF  $<$ 10. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi penelitian ini tidak menunjukkan adanya multikolinearitas yang dapat diartikan tidak adanya korelasi antar variabel independen penelitian ini dan dapat dinyatakan bebas dari multikolinearitas.
6. Hasil Nilai *Adjusted R square* yang menunjukkan proporsi variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independent. Dengan semakin tinggi nilai *Requare* yang diperoleh maka akan semakin baik bagi model regresi. *Rsquare* pada model regresi dalam penelitian ini yaitu sebesar 0,750 yang diartikan bahwa 75% dari variabel dependen (Keputusan Pembelian) dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independent (*Environmental Awareness, Green Product, dan Green Promotion*) sisanya yaitu 25% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.
7. *Environmental Awareness* berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian Produk BIO2000 FORMULA KURAS WC di Surakarta.
8. *Green Product* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk BIO2000 FORMULA KURAS WC di Surakarta.
9. *Green Promotion* Tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada produk BIO2000 FORMULA KURAS WC di Surakarta.

## DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik Kota Surakarta. (n.d.). Retrieved 4 October 2023, from <https://surakartakota.bps.go.id/statictable/2020/03/26/152/luas-daerah-menurut-kecamatan-di-kota-surakarta-2019.html>

- Badan Pusat Statistik Kota Surakarta. (n.d.). Retrieved 4 October 2023, from <https://surakartakota.bps.go.id/indicator/12/313/1/jumlah-penduduk-menurut-kecamatan-kota-surakarta.html>
- Bio Dua Ribu - Green Is My World. (n.d.). Retrieved 28 October 2023, from <https://bioduaribu.com/>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 23*.
- Kotler, Phillip & Kevin L. Keller. (2016). *Marketing Management 16 edit*. New Jersey: Pearson Pertince Hall.
- Mkik, S., Khouilid M., & Aomari, A. (2017). *Green Advertising and Environmentally Consumption: The Level of Awareness and Moroccan Costumer's Perception*. IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM. 19 (8). 2-4. (<https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01581428/document> )
- SIMANIS CIKA. (n.d.). Retrieved 4 October 2023, from <http://simanis.dpubinmarcipka.jatengprov.go.id/sanitasi/iplt>
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi Dengan Metode R&D*. Cetakan Kedua Puluh Tiga. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit Alfabeta, Bandung Indonesia: Hampir 70 persen sumber air minum rumah tangga tercemar limbah tinja. (n.d.). Retrieved 19 October 2023, from <https://www.unicef.org/indonesia/id/siaran-pers/indonesia-hampir-70-persen-sumber-air-minum-rumah-tangga-tercemar-limbah-tinja>