

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian

Setting penelitian ini adalah pembelian produk hijau. Produk hijau sendiri memiliki konsep produk yang tidak merusak lingkungan, hasil daur ulang, memiliki kemasan yang dapat didaur ulang, hemat energi dan baik untuk kesehatan. Subjek penelitian ini adalah konsumen produk hijau. Pemilihan responden dilakukan sesuai dengan ketentuan simple. Kriteria sampel yang ditentukan adalah sampel pernah membeli produk hijau dan sudah dewasa. Responden merupakan pihak-pihak pengambil keputusan pembelian produk hijau. Kriteria ini dipilih karena pihak-pihak tersebut diyakini secara langsung memiliki dan mengetahui motif mereka dalam membuat keputusan beli produk hijau.

Peneliti menyebarkan kuesioner ke 119 responden. Namun hanya 113 kuesioner yang dapat dipakai. Jumlah ini masih sesuai dengan ketentuan Roscoe (dalam Sekaran, 2013). Berdasarkan hasil pengumpulan data responden diketahui karakteristik responden tercantum pada tabel 4.1.

Tabel 4.1
Karakteristik Responden

Data Karakteristik	Sub Karakteristik	Jumlah	Persentase
Jenis kelamin	Wanita	72	64%
	Pria	41	36%
	Total	113	100%
Usia	18-24 tahun	76	67%
	25-30 tahun	30	27%
	31 – 35 tahun	5	4%
	> 36 tahun	2	2%

Data Karakteristik	Sub Karakteristik	Jumlah	Persentase
	Total	113	100%
Pendidikan Terakhir	SMA/SMK	56	50%
	S1	46	41%
	S2	11	9%
	Total	113	100%
Pekerjaan	Mahasiswa	56	50%
	PNS/Swasta	23	19%
	Ibu Rumah Tangga	11	10%
	Profesional	5	5%
	Wiraswasta	18	16%
	Total	113	100%
Pengeluaran perbulan	< Rp 2.000.000	52	46%
	Rp 2.000.000 – Rp 4.000.000	29	26%
	Rp 6.000.000 – Rp 8.000.000	22	19%
	> Rp 8.000.000	5	5%
		2	2%
	Total	113	100%

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 4.1 menunjukkan karakteristik demografis responden. Nampak pada Tabel 4.1 bahwa responden didominasi oleh wanita sebanyak 64%. Usia responden didominasi usia antara 18-24 tahun sebanyak 76 responden (64%). Pendidikan terakhir rata-rata responden adalah SMA/SMK sebanyak 50%. Pekerjaan responden didominasi oleh mahasiswa sebanyak 50%.

Kebanyakan responden mengeluarkan di bawah Rp 2.000.000. Sebanyak 52 responden (46%) mengeluarkan dibawah Rp 2.000.000. Jumlah responden paling sedikit mengeluarkan Rp 8.000.000 sebanyak 2 responden (2%).

Dalam penelitian ini peneliti juga ingin mengetahui perilaku hijau apa saja yang dilakukan oleh konsumen. Peneliti memberikan beberapa pilihan perilaku hijau kepada responden. Responden dipersilahkan untuk memilih lebih dari satu

pilihan dan menambah perilaku hijau lainnya sehingga nampak pada Tabel 4.2 yang menjelaskan berapa banyak kombinasi perilaku hijau yang dilakukan.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Perilaku Hijau yang Dilakukan

No	Kombinasi perilaku hijau	Jumlah	Persentase
1	Melakukan satu perilaku hijau	11	10%
2	Melakukan dua perilaku hijau	52	46%
3	Melakukan tiga perilaku hijau	24	21%
4	Melakukan empat perilaku hijau	16	14%
5	Melakukan lima perilaku hijau	8	7%
6	Melakukan enam perilaku hijau	2	2%
	Total	113	100%

Sumber: Data primer diolah, 2017

Tabel 4.2 menjelaskan kombinasi perilaku hijau yang dilakukan oleh responden. Kebanyakan responden memilih dua kombinasi perilaku hijau sebanyak 52 responden (46%).

Dalam penelitian ini peneliti juga ingin melihat perilaku hijau apa yang paling banyak dilakukan oleh konsumen. Data perilaku hijau yang dilakukan nampak pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3
Perilaku Hijau yang Dilakukan

No	Perilaku hijau	Jumlah	Persentase
1	Menghemat energi (air, listrik, dan bahan bakar)	106	94%
2	Melakukan diet plastik	72	64%
3	Memisahkan sampah organik dan anorganik	71	63%
4	Menggunakan sepeda	31	32%
5	Mengikuti organisasi/gerakan peduli lingkungan	26	23%
6	Mengikuti kampanye peduli lingkungan	17	15%
7	Lainnya:		
	Menanam sayuran organik	3	3%
	Menghemat penggunaan tisu/kertas	2	2%
	Berjalan bila jaraknya cukup dekat	1	1%
	Menggunakan kemasan yang dapat diisi ulang	1	1%

Sumber: Data primer diolah, 2017

Tabel 4.3 menjelaskan seberapa banyak responden yang melakukan perilaku hijau. Kegiatan utama yang dilakukan oleh responden adalah hemat energi (air, listrik, dan bahan bakar), diet plastik, dan memisahkan sampah organik dan anorganik. Hampir seluruh responden melakukan hemat energi sebanyak 106 dengan persentase sebesar 94%.

Perilaku hijau yang cukup umum dilakukan adalah menggunakan sepeda/transportasi umum, mengikuti kampanye peduli lingkungan, dan mengikuti organisasi/gerakan peduli lingkungan. Diantara ketiga perilaku tersebut menggunakan sepeda/transportasi umum adalah perilaku yang paling banyak dilakukan sebanyak 32%.

B. Uji Kualitas Instrumen Data

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2006). Dalam penelitian ini untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak menggunakan Kolmogorov-Smirnov. Peneliti menggunakan data residual karena ingin mengetahui model regresi yang digunakan normal atau tidak.

Tabel 4.4
Hasil Uji Normalitas

Variabel Residual	Asymp. Sig. (2-tailed)	Keterangan
Residual	0,664	Data Berdistribusi Normal

Sumber: Data primer diolah, 2017

Nampak pada Tabel 4.4 bahwa nilai data residual memiliki nilai sig. Kolmogorov smirnov sebesar 0,664. Residual terdistribusi normal jika nilai sig > 0,05 (Ghozali, 2006). Jadi, dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal.

2. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2010) bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Usman dan Sobari (2013) menyatakan bahwa suatu instrumen dikatakan valid jika memiliki nilai *factor loading* $\geq 0,5$.

Untuk melakukan uji validitas peneliti menggunakan analisis faktor yang dibantu oleh bantuan aplikasi SPSS 15. Dalam penelitian ini analisis faktor dilakukan dengan mengontrol *number of factor* dengan nilai 4 yaitu sebanyak variabel yang terdapat pada penelitian ini. Jika *number of factor* tidak ditentukan dan menggunakan *eigenvalues* satu maka kolom yang keluar sebanyak tujuh dan itu tidak sesuai dengan variabel yang ada. Peneliti juga menentukan *Suppress absolute values less than 0,5*. Hal ini dilakukan agar peneliti dapat melihat langsung item pertanyaan apa saja yang valid dan tidak valid.

Tahap pertama, peneliti memperhatikan dari hasil analisis faktor adalah nilai *KMO and Barlet's test*. Untuk menguji kecukupan sampel penelitian dari analisis faktor dengan melihat indikasi KMO dan signifikansi. Analisis faktor dapat dilanjutkan jika nilai KMO > 0,5 (Usman dan Sobari, 2013).

Tahap kedua, peneliti melihat butir-butir indikator yang dianggap tidak valid dilihat dari korelasi pada tabel *Anti Image Matrices*. Pada bagian ini nilai MSA

(*Measures of Sampling*) dari setiap item pertanyaan harus menunjukkan nilai $>0,5$ (Usman dan Sobari, 2013) agar dapat dianalisis lebih lanjut.

Tahap ketiga, peneliti melihat jumlah faktor. Jumlah faktor bisa dilihat dengan mengontrol nilai *eigenvalues* atau mengontrol *number of factors*. Peneliti mengontrol *number of factor* sebesar 4 sesuai dengan jumlah variabel yang diteliti. Jika peneliti tidak mengontrol *number of factor* maka faktor yang akan keluar sebanyak tujuh dan itu tidak sesuai dengan penelitian.

Tahap keempat, peneliti melihat indikator yang menunjukkan bahwa hasil setiap faktor sudah tidak ambigu atau ketidakjelasan pada tabel *Rotated Component matrix*. Pada tabel ini item pertanyaan dapat dikatakan valid jika memiliki nilai $>0,5$ (Usman dan Sobari, 2013) dan setiap item dari variabel yang sama berada pada kolom yang sama. Pada tahap ini peneliti mengontrol *suppress absolute value less than 0,5*. Hal ini dilakukan agar *output* pada tabel *Rotated Component matrix* hanya menampilkan nilai $>0,5$.

Hasil analisis faktor yang pertama dilakukan menunjukkan nilai KMO sebesar 0,777 terlihat pada lampiran 6. Nilai ini menunjukkan bahwa analisis dapat dilanjutkan. Pada tabel *Anti Image Correlation* nilai MSA dari setiap item pertanyaan memiliki nilai $>0,5$ (lampiran 6). Hal ini juga menandakan bahwa analisis dapat dilanjutkan. Pada tabel *Rotated Component Matrix* ternyata tidak semua item pertanyaan memiliki nilai diatas 0,5 dan item pertanyaan nilai diatas 0,5 berada pada dua kolom yang mana hal tersebut dianggap ambigu. Pertanyaan

B1, B4, B9, S1, S5, dan S8 yang memiliki nilai di bawah 0,5 serta P2 yang dinyatakan ambigu dibuang (lampiran 6).

Peneliti melakukan analisis faktor ke dua tanpa memasukan pertanyaan B1, B4, B9, S1, S5, S8, dan P2. Selain itu peneliti juga mengurutkan pertanyaan sesuai nomor kolom. Pada analisis kedua terlihat pada lampiran 7 nilai KMO sebesar 0,790 sehingga analisis bisa dilanjutkan. Setiap item pertanyaan juga memiliki nilai MSA diatas 0,5. Pada tabel *Rotated Component Matrix* semua item pertanyaan yang dimasukan memiliki nilai >0,5 dan tidak ambigu, hasil tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.5:

Tabel 4.5

**Hasil Uji Validitas
Rotated Component Matrix**

Indikator	Kolom			
	1	2	3	4
D1	0.641			
D2	0.787			
D3	0.768			
D4	0.688			
D5	0.648			
D6	0.732			
D7	0.671			
D8	0.732			
D9	0.735			
D10	0.655			
B2		0.576		
B3		0.574		
B5		0.709		
B6		0.724		
B7		0.567		
B8		0.589		
B10		0.775		
S2			0.758	
S3			0.696	
S4			0.610	

Indikator	Kolom			
	1	2	3	4
S6			0.744	
S7			0.585	
P1				0.511
P3				0.553
P4				0.766
P5				0.588
P6				0.789
P7				0.609

Sumber: Data primer diolah, 2017

Dari Tabel 4.8 dapat terlihat bahwa ternyata tidak semua instrumen valid. Peneliti melakukan uji validitas melalui analisis faktor dengan dua kali iterasi. Pada variabel pengetahuan lingkungan hanya enam butir instrumen yang valid diantaranya P1, P3, P4, P5, P6, dan P7. Sedangkan untuk variabel sikap hanya lima butir instrumen yang valid diantaranya S2, S3, S4, S6, dan S7. Seluruh instrumen daur ulang dinyatakan valid. Variabel keputusan beli produk hijau hanya memiliki tujuh butir instrumen yang valid diantaranya B2, B3, B5, B6, B7, B8, dan B10.

3. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu pengukuran sejauh mana pengukuran tersebut tanpa bias dan karena itu menjamin pengukuran yang konsisten lintas waktu dan lintas beragam *item* dalam instrumen (Sekaran, 2013). Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen yang dipakai dalam penelitian ini andal (*reable*) atau tidak. Untuk melakukan uji validitas peneliti menggunakan *Cronbach Alpha*. Peneliti hanya menggunakan data yang valid untuk diuji reliabilitasnya. Apabila nilai *Cronbach Alpha* >0,06 maka instrumen tersebut telah lulus uji reliabilitas atau dengan kata lain *reable* (Hair *et al*, 1998)

Tabel 4.6
Uji Reliabel Variabel

No	Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
1	Pengetahuan lingkungan (X1)	0,784	Reliabel
2	Sikap lingkungan (X2)	0,792	Reliabel
3	Perilaku daur ulang (X3)	0,892	Reliabel
4	Pembelian produk hijau (Y)	0,797	Reliabel

Sumber: Data primer dolah, 2017

Tabel 4.6 menjelaskan hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan. Menurut Hair *et al*, (1998) apabila nilai Cronbach Alpha $>0,06$ maka instrumen tersebut telah lulus uji reliabilitas atau dengan kata lain *reable*. Variabel pengetahuan memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,784. Hal ini menyatakan bahwa variabel pengetahuan lingkungan reliabel. Variabel sikap lingkungan memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,792. Hal ini menyatakan bahwa variabel sikap lingkungan reliabel. Variabel perilaku daur ulang memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,892 yang berarti reliabel. Variabel keputusan beli hijau memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,797. Hal ini menunjukkan bahwa variabel keputusan beli hijau reliabel.

C. Hasil Pengujian Hipotesis (Uji Hipotesis)

Untuk pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t dan koefisien determinasi (R^2). Uji t bertujuan untuk mencari tahu besarnya sumbangan masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.. Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar variabel

dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen. Berikut adalah hasil uji hipotesis yang telah dilakukan dengan bantuan program komputer SPSS:

Tabel 4.7

Hasil Regresi Variabel Pengetahuan Lingkungan, Sikap Lingkungan, dan Perilaku Daur ulang terhadap Pembelian Produk Hijau

Variabel Bebas	Standardized Coefficients	Sig	Keterangan
Pengetahuan Lingkungan	0,211	0,030	Signifikan
Sikap Lingkungan	0,332	0,001	Signifikan
Perilaku Daur Ulang	0,137	0,111	Tidak signifikan
$R^2 = 0,504$			
Adjusted R Square (R^2)= 0,233			

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 4.7 dapat diketahui bahwa persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,211X_1 + 0,332X_2 + 0,137X_3$$

Keterangan:

Y: Pembelian Produk Hijau

X₁: Pengetahuan Lingkungan

X₂: Sikap Lingkungan

X₃: Perilaku Daur Ulang

Tabel 4.7 menunjukkan hasil analisis regresi antara variabel pengetahuan lingkungan (X₁), sikap lingkungan (X₂), dan perilaku daur ulang (X₃) terhadap variabel pembelian produk hijau (Y). Variabel independen (X) dikatakan berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) secara signifikan jika nilai sig $\alpha < 0.05$.

Selanjutnya pengujian hipotesis dilakukan terhadap H1, H2, dan H3 sebagai berikut:

1. Pengujian hipotesis pertama

Pengujian hipotesis pertama menggunakan indikator P1, P3, P4, P5, P6, dan P7. Pada Tabel 4.6 variabel pengetahuan lingkungan memiliki nilai signifikansi 0,030. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang dihasilkan oleh variabel pengetahuan lingkungan (X1) terhadap pembelian produk hijau (Y) sebesar $0,030 < 0,05$. Maka variabel pengetahuan lingkungan dapat dikatakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan beli produk hijau. Hipotesis satu (H1) yang menduga pengetahuan lingkungan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pembelian produk hijau terdukung.

2. Pengujian Hipotesis Kedua

Pengujian hipotesis pertama menggunakan indikator S2, S3, S4, S6, dan S7. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan peneliti pada Tabel 4.6 variabel sikap lingkungan memiliki nilai signifikansi 0.001. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang dihasilkan oleh variabel sikap lingkungan (X2) terhadap pembelian produk hijau (Y) sebesar $0,001 < 0,05$. Maka variabel sikap lingkungan dapat dikatakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan beli produk hijau. Hipotesis dua (H2) yang menduga sikap lingkungan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pembelian produk hijau terdukung.

3. Pengujian Hipotesis Ketiga

Pengujian hipotesis tiga menggunakan seluruh indikator daur ulang. Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4.6 variabel perilaku daur ulang memiliki nilai signifikansi 0,111. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang dihasilkan oleh variabel perilaku daur ulang (X3) terhadap pembelian produk hijau (Y) sebesar $0,111 > 0,05$. Maka variabel perilaku daur ulang tidak dapat dikatakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan beli produk hijau. Hipotesis tiga (H3) yang menduga perilaku daur ulang memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap pembelian produk hijau tidak terdukung.

Hal ini menunjukkan bahwa hanya variabel pengetahuan lingkungan dan pengetahuan sikap lingkungan yang berpengaruh signifikan terhadap pembelian produk hijau. Variabel sikap memiliki nilai *Standardized Coefficients* paling tinggi yaitu 0,332. Hal ini menunjukkan bahwa sikap adalah variabel yang paling berpengaruh terhadap variabel pembelian produk hijau.

Selanjutnya nilai *Adjusted R Square* yang nampak pada Tabel 4.6 sebesar 0,233 atau 23,3%. Hal ini menunjukkan bahwa 23,3% variasi pembelian produk hijau dapat dijelaskan oleh variabel pengetahuan lingkungan, sikap lingkungan, dan perilaku daur ulang.

D. Pembahasan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, sikap lingkungan, dan perilaku daur ulang terhadap pembelian produk hijau. Hasil pengujian hipotesis pertama yang menduga bahwa pengetahuan lingkungan

berpengaruh signifikan terhadap pembelian produk hijau didukung. Temuan ini sesuai dengan penelitian Schegelmilch, *et al* (1996)

Secara teori pengertian pengetahuan lingkungan adalah kumpulan dari pengetahuan seseorang mengenai isu lingkungan. Pengetahuan lingkungan dapat berkembang menjadi pemahaman dampak suatu produk terhadap lingkungan dan juga cara produksi yang ramah lingkungan. Hasil penelitian Aman (2012) yang dilakukan di Malaysia memberikan hasil signifikan hubungan antara pengetahuan lingkungan dengan niat beli hijau. Hasil penelitian Tanner dan Kast (2003), Chan dan Lau (2000) juga memberikan hasil signifikan pengaruh pengetahuan lingkungan dengan perilaku beli hijau. Penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian Davies, *et al* (1995). Dalam penelitiannya menyatakan bahwa pembeli produk organik dipengaruhi oleh pengetahuan mengenai isu lingkungan.

Penelitian ini membuktikan bahwa konsumen produk hijau di Indonesia dipengaruhi oleh pengetahuan lingkungan mereka. Maknanya bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan lingkungan seseorang maka semakin sering seorang membeli produk hijau. Seseorang yang memiliki pengetahuan lingkungan akan mengerti dengan apa yang terjadi terhadap lingkungan serta kerusakan yang ada. Mereka paham bahwa apa saja penyebab dan solusi dari kerusakan lingkungan. Mereka akan mencoba untuk mencegah dan meminimalisir kerusakan lingkungan dengan pengetahuan lingkungan yang mereka miliki. Mereka akan melakukan pembelian produk hijau sebagai bentuk mencegah dan meminimalisir kerusakan alam. Adanya pengaruh pengetahuan lingkungan terhadap keputusan beli produk hijau diharapkan para pemasar dapat memasukan isu lingkungan ke dalam strategi

pemasaran mereka. Oleh karena itu, masyarakat yang telah teredukasi dengan permasalahan lingkungan akan menjadi konsumen produk hijau.

Hasil pengujian hipotesis kedua yang menduga bahwa sikap terhadap lingkungan berpengaruh signifikan terhadap pembelian produk hijau didukung. Dari teori Peter dan Olson (2014) yang dikemukakan sebelumnya sikap lingkungan adalah evaluasi menyeluruh yang dilakukan seseorang terhadap lingkungan. Ketika seseorang yang memiliki sikap yang baik terhadap lingkungan akan melihat lingkungan dengan cara yang berbeda. Mereka akan mengambil keputusan yang pro lingkungan salah satunya yaitu membeli produk hijau. Jadi, hasil dari penelitian ini sesuai dengan teori yang ada dan sama dengan hasil penelitian sebelumnya.

Dalam penelitian ini sikap lingkungan berpengaruh signifikan terhadap pembelian produk hijau. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Schlegelmilch, *et al.* (1996) dan Tilikidou (2003) Tanner dan Kast (2003) bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan sikap lingkungan terhadap keputusan beli produk hijau. Bahkan hasil penelitian Schlegelmilch *et al* (1996) menyatakan bahwa sikap adalah variabel prediktor paling kuat terhadap keputusan beli hijau. Hasil penelitian Chen dan Chai (2010) dan Aman (2012) juga memberikan hasil signifikan hubungan antara sikap dengan niat beli hijau.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa sikap lingkungan seseorang berbanding lurus dengan pembelian produk hijau. seseorang dengan sikap yang baik terhadap lingkungan akan lebih bertanggung jawab terhadap lingkungan.

Sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap lingkungan mereka akan membeli produk hijau. Oleh karena itu pemasar diharapkan dapat lebih memengaruhi emosi konsumen terhadap bahaya akan kerusakan lingkungan yang diakibatkan dari perilaku tidak hijau. Produsen juga diharapkan dapat melakukan investigasi untuk mengetahui bagaimana sikap terhadap lingkungan terbentuk.

Hasil pengujian hipotesis ketiga yang menduga bahwa perilaku daur ulang berpengaruh signifikan terhadap pembelian produk hijau tidak didukung. Secara teori yang dikemukakan Schlegelmilch, *et al.* (1996) perilaku daur ulang adalah salah satu bentuk perilaku kesadaran lingkungan. Daur ulang memiliki tujuan untuk membuat barang yang baru dari barang yang tidak terpakai. Jika seseorang berperilaku daur ulang maka dia akan cenderung membeli produk hijau.

Namun, hasil dari penelitian ini belum menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara perilaku daur ulang dengan keputusan beli produk hijau. Temuan ini tidak sesuai dengan temuan Schlegelmilch, *et al.* (1996) yang menyatakan bahwa perilaku daur ulang berpengaruh terhadap keputusan beli produk hijau. Hal ini berarti bahwa belum tentu seseorang yang memiliki kebiasaan daur ulang akan membeli produk hijau. Hal ini dikarenakan di Indonesia perilaku daur ulang cenderung dilakukan sebagai perilaku ekonomis yang bertujuan untuk menghemat pengeluaran atau menambah penghasilan, sedangkan harga dari produk hijau cenderung tinggi. Jadi tujuan dari perilaku daur ulang bertolak belakang dengan keadaan harga produk hijau.