

**PENGARUH PENGETAHUAN KONSUMEN HIJAU TERHADAP
PERILAKU KONSUMSI BERKELANJUTAN PADA MAHASISWA S1
PENDIDIKAN TATA BOGA UNESA**

**EFFECT OF GREEN CONSUMER KNOWLEDGE ON SUSTAINABLE
CONSUMPTION BEHAVIOR AMONG UNDERGRADUATE STUDENTS
IN THE CULINARY EDUCATION PROGRAM AT UNESA**

Rindy Novita Sari^{1*}, Mauren Gita Miranti¹, Hidayatun Muyasyaroh¹, Aulia Bayu
Yushila¹

¹Program Studi S1 Pendidikan Tata Boga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya,
Surabaya, Indonesia

*Koresponden penulis : rindy.19031@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh pengetahuan konsumen hijau terhadap perilaku konsumsi berkelanjutan pada mahasiswa S1 Pendidikan Tata Boga Universitas Negeri Surabaya. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei cross-sectional. Sampel penelitian berjumlah 153 mahasiswa aktif yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui tes pengetahuan konsumen hijau dengan skor benar-salah dan angket perilaku konsumsi berkelanjutan menggunakan skala Likert empat poin. Analisis data dilakukan dengan statistik deskriptif, uji normalitas residual, uji linearitas, dan regresi linear sederhana menggunakan IBM SPSS Statistics. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan konsumen hijau mahasiswa berada pada kategori sangat tinggi sebesar 67,3%, sedangkan perilaku konsumsi berkelanjutan didominasi kategori sangat tinggi sebesar 44,4% dan kategori tinggi sebesar 41,2%. Hasil regresi linear sederhana menunjukkan bahwa pengetahuan konsumen hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi berkelanjutan dengan koefisien regresi 1,860 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai R Square sebesar 0,506 menunjukkan bahwa pengetahuan konsumen hijau menjelaskan 50,6% variasi perilaku konsumsi berkelanjutan. Temuan ini menegaskan pentingnya penguatan edukasi konsumsi hijau dalam pembelajaran dan praktik tata boga.

Kata kunci: konsumsi berkelanjutan, mahasiswa tata boga, pengetahuan konsumen hijau

Abstract

This study analyzes the effect of green consumer knowledge on sustainable consumption behavior among undergraduate Culinary Education students at Universitas Negeri Surabaya. A quantitative approach with a cross-sectional survey design was employed. The sample consisted of 153 active students selected through purposive sampling. Data were collected using a true-false green consumer knowledge test and a four-point Likert questionnaire on sustainable consumption behavior. The data were analyzed using descriptive statistics, residual normality test, linearity test, and simple linear regression with IBM SPSS Statistics. The results showed that students' green consumer knowledge was in the very high category at 67.3%, while sustainable consumption behavior was dominated by the very high category at 44.4% and the high category at 41.2%. The simple linear regression results indicated that green consumer knowledge had a positive and significant effect on sustainable consumption behavior, with a regression coefficient of 1.860 and a significance value of $0.000 < 0.05$. The R Square value of 0.506 indicates that green consumer knowledge explains 50.6% of the variation in sustainable consumption behavior. These findings emphasize the importance of strengthening green consumption education in culinary learning and practical activities.

Keywords: culinary students, green consumer knowledge, sustainable consumption behavior

PENDAHULUAN

Isu keberlanjutan lingkungan menjadi perhatian penting dalam kajian perilaku konsumen karena pola konsumsi masyarakat modern berkaitan langsung dengan penggunaan sumber daya alam, peningkatan limbah, dan tekanan terhadap ekosistem. Konsumsi yang tidak terkontrol dapat menimbulkan dampak lingkungan melalui penggunaan energi, air, bahan baku, kemasan, serta pembuangan limbah setelah produk digunakan. Dalam konteks tersebut, perilaku konsumsi berkelanjutan dipandang sebagai salah satu bentuk respons terhadap permasalahan lingkungan karena perilaku ini tidak hanya menekankan keputusan membeli produk, tetapi juga cara individu menggunakan, mengelola, dan membuang produk secara lebih bertanggung jawab (Saari et al., 2021; Betzler et al., 2022).

Perilaku konsumsi berkelanjutan merupakan perilaku memilih, menggunakan, dan mengelola produk atau jasa dengan mempertimbangkan dampak lingkungan, sosial, dan ekonomi. Perilaku ini dapat tampak dalam kebiasaan memilih produk ramah lingkungan, mengurangi pemborosan, menggunakan kembali barang yang masih layak, mengelola limbah, serta menghemat energi dan sumber daya. Dalam konsumsi pangan, perilaku ini semakin relevan karena proses pemilihan bahan, pengolahan makanan, penggunaan kemasan, dan pengelolaan sisa makanan berpotensi memberikan dampak langsung terhadap lingkungan. Betzler et al. (2022) menunjukkan bahwa perilaku konsumsi berkelanjutan dipengaruhi oleh faktor pengetahuan, nilai, emosi, dan pertimbangan rasional, terutama pada bidang konsumsi sehari-hari seperti makanan, fesyen, dan produk teknologi.

Generasi muda memiliki posisi strategis dalam pengembangan konsumsi berkelanjutan. Mahasiswa sebagai kelompok terdidik berada pada fase pembentukan pola pikir dan kebiasaan konsumsi yang dapat berlanjut pada masa depan. Borah et al. (2024) menyatakan bahwa Generasi Z memiliki peran penting dalam perilaku pembelian hijau karena kelompok ini relatif dekat dengan informasi lingkungan dan isu keberlanjutan. Hidayat et al. (2024) juga menegaskan bahwa perilaku konsumsi generasi muda dapat menjadi indikator penting dalam memahami arah konsumsi berkelanjutan, meskipun perilaku tersebut tetap dipengaruhi oleh kesadaran, gaya hidup, akses produk, dan kondisi lingkungan sosial.

Salah satu faktor yang dapat memengaruhi perilaku konsumsi berkelanjutan adalah pengetahuan konsumen hijau atau green consumer knowledge. Pengetahuan konsumen hijau mencakup pemahaman mengenai isu lingkungan, konsekuensi perilaku konsumsi, cara bertindak ramah lingkungan, dan atribut produk ramah lingkungan. Pengetahuan ini menjadi dasar kognitif yang membantu konsumen memahami hubungan antara tindakan konsumsi dan dampaknya terhadap lingkungan. Konsumen yang memiliki pengetahuan hijau lebih baik cenderung lebih mampu mengevaluasi informasi produk, membedakan klaim ramah lingkungan, serta memilih tindakan yang lebih bertanggung jawab (Jaiswal et al., 2022; Cui et al., 2024).

Penelitian terdahulu telah menunjukkan hubungan antara pengetahuan lingkungan dan perilaku konsumsi yang lebih ramah lingkungan. Saari et al. (2021) menemukan bahwa pengetahuan lingkungan dan persepsi risiko dapat memengaruhi kepedulian lingkungan

serta niat perilaku konsumsi berkelanjutan. Jaiswal et al. (2022) menunjukkan bahwa pengetahuan dan kepedulian lingkungan berperan dalam perilaku konsumen hijau. Rahayu et al. (2024) juga menunjukkan bahwa pengetahuan lingkungan berpengaruh terhadap niat pembelian hijau melalui sikap. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pengetahuan tidak hanya berfungsi sebagai informasi, tetapi juga sebagai dasar pertimbangan dalam memilih perilaku konsumsi yang lebih bertanggung jawab.

Kajian mengenai konsumsi hijau di Indonesia juga terus berkembang. Simanjuntak dan Fitri (2024) menjelaskan bahwa perilaku konsumsi hijau konsumen muda Indonesia dipengaruhi oleh pengetahuan lingkungan, tanggung jawab, dan sikap. Iqbal et al. (2024) menekankan bahwa perilaku konsumsi hijau di Indonesia dapat dipengaruhi oleh dukungan pemerintah dan lingkungan kebijakan. Selain itu, Putri dan Hayu (2024) menunjukkan bahwa pengetahuan produk hijau dan informasi lingkungan menjadi bagian penting dalam membentuk niat konsumsi hijau. Kajian-kajian tersebut memperkuat pentingnya pengetahuan sebagai faktor yang berkaitan dengan keputusan konsumsi ramah lingkungan.

Meskipun penelitian mengenai konsumsi hijau telah banyak dilakukan, kajian yang secara khusus menempatkan mahasiswa S1 Pendidikan Tata Boga sebagai subjek penelitian masih perlu dikembangkan. Mahasiswa Pendidikan Tata Boga memiliki kedekatan langsung dengan aktivitas konsumsi pangan, pemilihan bahan, pengolahan makanan, penggunaan kemasan, penggunaan energi dan air, serta pengelolaan limbah hasil praktik. Aktivitas tersebut menjadikan mahasiswa Pendidikan Tata Boga sebagai kelompok yang relevan untuk dikaji dalam konteks perilaku konsumsi berkelanjutan. Pengetahuan konsumen hijau pada kelompok ini tidak hanya berhubungan dengan keputusan membeli produk, tetapi juga dengan tindakan praktis dalam kegiatan akademik dan kehidupan sehari-hari.

Kesenjangan penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk memahami pengaruh pengetahuan konsumen hijau terhadap perilaku konsumsi berkelanjutan dalam konteks mahasiswa Pendidikan Tata Boga. Penelitian sebelumnya umumnya membahas konsumen muda, Generasi Z, atau pembelian produk hijau secara umum, sedangkan penelitian ini menempatkan mahasiswa tata boga sebagai subjek dengan karakteristik konsumsi pangan yang khas. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi dalam memperluas kajian konsumsi berkelanjutan pada bidang pendidikan tata boga serta memberikan masukan praktis bagi pengembangan edukasi konsumsi hijau di lingkungan perguruan tinggi.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan konsumen hijau terhadap perilaku konsumsi berkelanjutan pada mahasiswa S1 Pendidikan Tata Boga Universitas Negeri Surabaya. Penelitian ini memosisikan pengetahuan konsumen hijau sebagai variabel independen dan perilaku konsumsi berkelanjutan sebagai variabel dependen. Pengetahuan konsumen hijau disusun berdasarkan aspek pengetahuan ekologis umum, pengetahuan tentang konsekuensi perilaku konsumsi, pengetahuan tentang cara bertindak ramah lingkungan, dan pengetahuan tentang atribut produk ramah lingkungan. Perilaku konsumsi berkelanjutan difokuskan pada pembelian produk ramah lingkungan, pengurangan dan pengelolaan limbah, serta efisiensi penggunaan energi dan sumber daya.

Fokus tersebut penting karena pendidikan tata boga tidak hanya menghasilkan lulusan yang mampu mengolah dan menyajikan makanan, tetapi juga diharapkan mampu memahami dampak konsumsi pangan terhadap lingkungan. Dengan menelaah hubungan antara pengetahuan dan perilaku, penelitian ini dapat memberikan gambaran tentang sejauh mana pemahaman mahasiswa terhadap isu konsumsi hijau tercermin dalam tindakan konsumsi yang lebih berkelanjutan.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei cross-sectional. Pendekatan kuantitatif digunakan karena data penelitian berbentuk skor numerik yang dianalisis secara statistik untuk menjawab tujuan penelitian. Desain cross-sectional digunakan karena data dikumpulkan pada satu waktu tertentu untuk menggambarkan kondisi pengetahuan konsumen hijau dan perilaku konsumsi berkelanjutan mahasiswa pada saat penelitian dilakukan. Penelitian dilaksanakan pada mahasiswa Program Studi S1 Pendidikan Tata Boga Universitas Negeri Surabaya pada semester genap tahun akademik 2025/2026.

Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa aktif Program Studi S1 Pendidikan Tata Boga Universitas Negeri Surabaya tahun akademik 2025/2026. Sampel penelitian berjumlah 153 mahasiswa aktif yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Teknik ini digunakan karena responden dipilih berdasarkan pertimbangan kesesuaian dengan tujuan penelitian, yaitu mahasiswa aktif yang memiliki keterkaitan dengan aktivitas konsumsi pangan dan bersedia mengisi instrumen penelitian secara lengkap. Data yang tidak lengkap tidak digunakan dalam analisis sehingga seluruh pengujian dilakukan terhadap 153 data valid.

Data penelitian dikumpulkan menggunakan kuesioner tertutup yang terdiri atas dua bagian. Bagian pertama adalah instrumen pengetahuan konsumen hijau yang berbentuk tes benar-salah sebanyak 20 butir. Jawaban benar diberi skor 1, sedangkan jawaban salah diberi skor 0. Skor total pengetahuan konsumen hijau berada pada rentang 0 sampai 20. Bagian kedua adalah angket perilaku konsumsi berkelanjutan sebanyak 18 butir dengan skala Likert empat poin, yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, setuju, dan sangat setuju. Skor perilaku konsumsi berkelanjutan berada pada rentang 18 sampai 72.

Pengetahuan konsumen hijau diukur melalui empat aspek, yaitu pengetahuan ekologis umum, pengetahuan tentang konsekuensi perilaku konsumsi, pengetahuan tentang cara bertindak ramah lingkungan, dan pengetahuan tentang atribut produk ramah lingkungan. Perilaku konsumsi berkelanjutan diukur melalui tiga aspek, yaitu pembelian produk ramah lingkungan, pengurangan dan pengelolaan limbah, serta efisiensi penggunaan energi dan sumber daya. Beberapa butir pada variabel perilaku konsumsi berkelanjutan merupakan pernyataan negatif sehingga dilakukan reverse scoring sebelum skor total dihitung.

Uji validitas instrumen dilakukan melalui korelasi item-total menggunakan Corrected Item-Total Correlation pada IBM SPSS Statistics. Item dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada r tabel. Dengan jumlah data valid 153 responden, nilai r tabel yang digunakan adalah 0,159. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item variabel pengetahuan konsumen hijau dan perilaku konsumsi berkelanjutan memiliki nilai r hitung

lebih besar dari 0,159, sehingga seluruh item dinyatakan valid. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan Cronbach's Alpha. Variabel pengetahuan konsumen hijau memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,856, sedangkan variabel perilaku konsumsi berkelanjutan memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,971. Kedua nilai tersebut menunjukkan bahwa instrumen reliabel.

Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics. Tahap analisis meliputi statistik deskriptif, kategorisasi variabel, uji normalitas residual, uji linearitas, dan regresi linear sederhana. Statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan standar deviasi. Kategorisasi digunakan untuk menggambarkan tingkat pengetahuan konsumen hijau dan perilaku konsumsi berkelanjutan. Uji normalitas residual menggunakan Kolmogorov-Smirnov, sedangkan uji linearitas menggunakan test for linearity. Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan konsumen hijau terhadap perilaku konsumsi berkelanjutan. Model regresi dalam penelitian ini dituliskan sebagai berikut.

$$Y = a + bX + e \tag{1}$$

Dalam persamaan tersebut, Y merupakan perilaku konsumsi berkelanjutan, a adalah konstanta, b adalah koefisien regresi, X adalah pengetahuan konsumen hijau, dan e adalah error term.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden penelitian berjumlah 153 mahasiswa aktif S1 Pendidikan Tata Boga Universitas Negeri Surabaya. Berdasarkan jenis kelamin, responden didominasi oleh perempuan sebanyak 126 mahasiswa atau 82,4%, sedangkan responden laki-laki berjumlah 27 mahasiswa atau 17,6%. Berdasarkan angkatan, responden paling banyak berasal dari angkatan 2025 sebanyak 62 mahasiswa atau 40,5%, diikuti angkatan 2024 sebanyak 42 mahasiswa atau 27,5%, angkatan 2023 sebanyak 37 mahasiswa atau 24,2%, angkatan 2021 sebanyak 8 mahasiswa atau 5,2%, dan angkatan 2022 sebanyak 4 mahasiswa atau 2,6%. Komposisi ini menunjukkan bahwa penelitian melibatkan mahasiswa dari beberapa angkatan sehingga memberikan variasi pengalaman akademik dan praktik tata boga.

Deskripsi data menunjukkan bahwa variabel pengetahuan konsumen hijau memiliki nilai minimum 2, maksimum 20, rata-rata 15,36, dan standar deviasi 4,349. Nilai rata-rata yang mendekati skor maksimum menunjukkan bahwa secara umum mahasiswa memiliki pengetahuan konsumen hijau yang tinggi. Variabel perilaku konsumsi berkelanjutan memiliki nilai minimum 26, maksimum 72, rata-rata 58,36, dan standar deviasi 11,369. Nilai rata-rata yang mendekati skor maksimum menunjukkan bahwa secara umum mahasiswa telah menunjukkan kecenderungan perilaku konsumsi berkelanjutan yang baik.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase
Jenis kelamin	Perempuan	126	82,4%
Jenis kelamin	Laki-laki	27	17,6%
Angkatan	2021	8	5,2%
Angkatan	2022	4	2,6%
Angkatan	2023	37	24,2%

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase
Angkatan	2024	42	27,5%
Angkatan	2025	62	40,5%

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Tabel 2. Deskripsi dan Kategori Variabel Penelitian

Variabel	Mean	Standar Deviasi	Kategori Dominan	Persentase
Pengetahuan Konsumen Hijau	15,36	4,349	Sangat Tinggi	67,3%
Perilaku Konsumsi Berkelanjutan	58,36	11,369	Sangat Tinggi	44,4%
Perilaku Konsumsi Berkelanjutan	58,36	11,369	Tinggi	41,2%

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan IBM SPSS Statistics, 2026

Kategorisasi pengetahuan konsumen hijau menunjukkan bahwa 103 mahasiswa atau 67,3% berada pada kategori sangat tinggi. Selanjutnya, 21 mahasiswa atau 13,7% berada pada kategori tinggi, 13 mahasiswa atau 8,5% berada pada kategori sedang, 14 mahasiswa atau 9,2% berada pada kategori rendah, dan 2 mahasiswa atau 1,3% berada pada kategori sangat rendah. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki pemahaman yang baik mengenai isu lingkungan, konsekuensi konsumsi, cara bertindak ramah lingkungan, dan atribut produk ramah lingkungan. Tingginya pengetahuan konsumen hijau pada mahasiswa Pendidikan Tata Boga dapat dipahami karena kegiatan akademik dan praktik pada bidang tata boga berkaitan dengan pemilihan bahan pangan, proses pengolahan, penggunaan air dan energi, serta pengelolaan limbah.

Hasil tersebut sejalan dengan Simanjuntak dan Fitri (2024) yang menunjukkan bahwa pengetahuan lingkungan berperan dalam perilaku konsumsi hijau pada konsumen muda Indonesia. Borah et al. (2024) juga menjelaskan bahwa green consumer knowledge menjadi salah satu faktor yang berkaitan dengan perilaku pembelian hijau pada Generasi Z. Dengan demikian, pengetahuan konsumen hijau yang tinggi pada mahasiswa dapat menjadi modal kognitif untuk memahami dampak konsumsi dan memilih tindakan yang lebih bertanggung jawab terhadap lingkungan. Namun, masih adanya mahasiswa pada kategori rendah dan sangat rendah menunjukkan bahwa pemahaman mengenai konsumsi hijau belum sepenuhnya merata. Hal ini menegaskan perlunya penguatan edukasi lingkungan dalam pembelajaran dan praktik tata boga.

Kategorisasi perilaku konsumsi berkelanjutan menunjukkan bahwa 68 mahasiswa atau 44,4% berada pada kategori sangat tinggi dan 63 mahasiswa atau 41,2% berada pada kategori tinggi. Jika kedua kategori tersebut dijumlahkan, sebanyak 85,6% responden telah menunjukkan perilaku konsumsi berkelanjutan yang baik. Sementara itu, 5 mahasiswa atau 3,3% berada pada kategori sedang, 16 mahasiswa atau 10,5% berada pada kategori rendah, dan 1 mahasiswa atau 0,7% berada pada kategori sangat rendah. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa telah menerapkan perilaku seperti memilih produk ramah lingkungan, mengurangi barang sekali pakai, mengelola limbah, menggunakan kembali barang yang masih layak, dan melakukan penghematan energi serta air.

Temuan ini mendukung Saari et al. (2021) yang menyatakan bahwa pengetahuan lingkungan dan kepedulian terhadap risiko lingkungan berkaitan dengan kecenderungan individu untuk memiliki niat perilaku konsumsi berkelanjutan. Betzler et al. (2022) juga menjelaskan bahwa perilaku konsumsi berkelanjutan dipengaruhi oleh kombinasi faktor pengetahuan, nilai, emosi, dan pertimbangan rasional, terutama pada konsumsi makanan dan produk sehari-hari. Dalam konteks mahasiswa Pendidikan Tata Boga, perilaku konsumsi berkelanjutan dapat diwujudkan melalui pemilihan bahan yang lebih bertanggung jawab, pengurangan limbah praktik, efisiensi penggunaan energi dan air, serta pengelolaan sisa bahan makanan.

Sebelum analisis regresi, dilakukan uji asumsi berupa uji normalitas residual dan uji linearitas. Hasil uji normalitas residual dengan Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi 0,001, sehingga residual tidak berdistribusi normal secara statistik. Meskipun demikian, hasil pemeriksaan standardized residual menunjukkan bahwa nilai residual berada pada rentang -1,995 sampai 2,945 sehingga tidak ditemukan outlier ekstrem. Uji linearitas menunjukkan nilai signifikansi Linearity sebesar 0,000 dan Deviation from Linearity sebesar 0,583. Nilai tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara pengetahuan konsumen hijau dan perilaku konsumsi berkelanjutan bersifat linear dan tidak terdapat penyimpangan yang signifikan dari linearitas.

Hasil regresi linear sederhana menunjukkan bahwa pengetahuan konsumen hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi berkelanjutan mahasiswa. Nilai koefisien regresi sebesar 1,860 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu skor pengetahuan konsumen hijau diikuti peningkatan skor perilaku konsumsi berkelanjutan sebesar 1,860. Nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, sehingga pengetahuan konsumen hijau dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi berkelanjutan. Nilai R sebesar 0,711 menunjukkan hubungan positif yang kuat, sedangkan nilai R Square sebesar 0,506 menunjukkan bahwa pengetahuan konsumen hijau mampu menjelaskan 50,6% variasi perilaku konsumsi berkelanjutan mahasiswa

Tabel 3. Ringkasan Hasil Uji Asumsi dan Regresi Linear Sederhana

Komponen	Nilai Utama	Keterangan
Normalitas residual	K-S = 0,101; Sig. = 0,001	Tidak normal secara statistik
Linearitas	Linearity Sig. = 0,000; Deviation Sig. = 0,583	Hubungan linear
Koefisien korelasi	R = 0,711	Hubungan positif kuat
Koefisien determinasi	R Square = 0,506	Kontribusi 50,6%
Uji model	F = 154,796; Sig. = 0,000	Model signifikan
Koefisien regresi	B = 1,860; t = 12,442; Sig. = 0,000	Pengaruh positif signifikan

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan IBM SPSS Statistics, 2026

Hasil ini memperkuat pandangan bahwa pengetahuan konsumen hijau berperan sebagai dasar kognitif dalam pembentukan perilaku konsumsi berkelanjutan. Mahasiswa yang memiliki pemahaman mengenai isu lingkungan, konsekuensi konsumsi, tindakan ramah lingkungan, dan atribut produk ramah lingkungan lebih mampu mengevaluasi pilihan konsumsi yang dilakukan. Pengetahuan tersebut membantu mahasiswa memahami bahwa keputusan konsumsi sehari-hari, seperti penggunaan kemasan, pemborosan

makanan, pemakaian energi, dan pemilihan produk, dapat memberikan dampak terhadap lingkungan. Dengan demikian, peningkatan pengetahuan konsumen hijau dapat mendorong mahasiswa untuk mengambil keputusan konsumsi yang lebih bertanggung jawab.

Temuan ini sejalan dengan Jaiswal et al. (2022) yang menunjukkan bahwa pengetahuan lingkungan berperan dalam perilaku konsumen hijau. Konsumen dengan pengetahuan yang lebih baik cenderung lebih mampu memahami informasi produk dan menilai dampak lingkungan dari pilihan konsumsi. Hasil ini juga mendukung Cui et al. (2024), yang menemukan bahwa pengetahuan lingkungan berkaitan dengan niat dan perilaku pembelian hijau. Rahayu et al. (2024) menambahkan bahwa pengetahuan lingkungan dapat memengaruhi niat pembelian hijau melalui sikap. Meskipun penelitian-penelitian tersebut memiliki konteks yang berbeda, temuan penelitian ini memperlihatkan pola yang sejalan, yaitu pengetahuan menjadi faktor penting dalam mendorong kecenderungan konsumsi ramah lingkungan.

Borah et al. (2024) menegaskan bahwa green consumer knowledge berhubungan dengan perilaku pembelian hijau pada Generasi Z. Hal ini relevan dengan penelitian ini karena mahasiswa merupakan bagian dari kelompok konsumen muda yang memiliki potensi besar dalam membentuk pola konsumsi masa depan. Pengetahuan konsumen hijau dapat menjadi dasar bagi mahasiswa untuk lebih selektif dalam memilih bahan pangan, mengurangi penggunaan kemasan sekali pakai, mengelola limbah hasil praktik, serta menggunakan energi dan air secara efisien. Dengan demikian, penguatan pengetahuan konsumen hijau tidak hanya penting dalam konteks keputusan pembelian, tetapi juga dalam praktik akademik bidang tata boga.

Nilai R Square sebesar 0,506 menunjukkan bahwa pengetahuan konsumen hijau memiliki kontribusi yang cukup besar, tetapi bukan satu-satunya faktor yang menjelaskan perilaku konsumsi berkelanjutan. Sebesar 49,4% variasi perilaku konsumsi berkelanjutan dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian, seperti sikap lingkungan, norma sosial, kebiasaan konsumsi, kemampuan ekonomi, ketersediaan produk ramah lingkungan, fasilitas kampus, dan dukungan lingkungan sosial. Hal ini sejalan dengan Betzler et al. (2022) dan Hidayat et al. (2024) yang menekankan bahwa perilaku konsumsi berkelanjutan dipengaruhi oleh berbagai faktor, bukan hanya pengetahuan. Oleh karena itu, upaya penguatan perilaku konsumsi berkelanjutan perlu dilakukan secara komprehensif melalui edukasi, pembiasaan, dan penyediaan fasilitas pendukung.

Secara empiris, penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa Pendidikan Tata Boga memiliki tingkat pengetahuan konsumen hijau dan perilaku konsumsi berkelanjutan yang relatif baik. Namun, keberadaan sebagian kecil mahasiswa pada kategori rendah menunjukkan perlunya strategi edukasi yang lebih merata. Program studi dapat mengintegrasikan materi konsumsi hijau dalam pembelajaran, praktik pengolahan pangan, pengelolaan limbah, pemilihan bahan, dan penggunaan energi. Edukasi tersebut sebaiknya tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga berbasis praktik, seperti pengurangan food waste, pemilahan limbah praktik, pemanfaatan bahan pangan secara optimal, dan penggunaan kemasan yang lebih ramah lingkungan.

Implikasi praktis dari temuan ini adalah perlunya pembelajaran tata boga yang tidak hanya menekankan keterampilan teknis pengolahan makanan, tetapi juga mengintegrasikan

perspektif keberlanjutan dalam setiap tahap kegiatan praktik. Mahasiswa dapat dilatih untuk menghitung kebutuhan bahan secara lebih tepat, meminimalkan sisa bahan, memilih kemasan yang dapat digunakan kembali, serta mengevaluasi produk berdasarkan label dan informasi lingkungan. Dengan cara tersebut, pengetahuan konsumen hijau dapat diterjemahkan menjadi kebiasaan konsumsi dan praktik pengolahan pangan yang lebih bertanggung jawab. Upaya ini juga dapat mendukung pembentukan budaya kampus yang lebih ramah lingkungan karena mahasiswa tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga pelaku yang menerapkan prinsip konsumsi berkelanjutan dalam aktivitas akademik dan kehidupan sehari-hari.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan konsumen hijau mahasiswa S1 Pendidikan Tata Boga Universitas Negeri Surabaya berada pada kategori sangat tinggi dan perilaku konsumsi berkelanjutan mahasiswa juga berada pada kecenderungan sangat tinggi. Pengetahuan konsumen hijau terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi berkelanjutan. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik pemahaman mahasiswa mengenai isu lingkungan, konsekuensi konsumsi, tindakan ramah lingkungan, dan atribut produk ramah lingkungan, semakin baik pula perilaku konsumsi berkelanjutan yang diterapkan. Oleh karena itu, penguatan edukasi konsumsi hijau dalam pembelajaran dan praktik tata boga perlu dilakukan secara berkelanjutan agar mahasiswa tidak hanya memahami konsep keberlanjutan, tetapi juga mampu menerapkannya dalam pemilihan bahan, pengelolaan limbah, penggunaan energi dan air, serta aktivitas konsumsi sehari-hari.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Program Studi S1 Pendidikan Tata Boga Universitas Negeri Surabaya dan seluruh mahasiswa yang telah berpartisipasi sebagai responden dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriliyanto, N., Nugroho, M., & Rigiama, A. (2025). Unraveling the fast fashion dilemma: An analysis of the role of knowledge, responsibility, values, and concern in shaping green consumer behavior. *Amkop Management Accounting Review*, 5(2), 1398-1415.
- Betzler, S., Kempen, R., & Mueller, K. (2022). Predicting sustainable consumption behavior: Knowledge-based, value-based, emotional and rational influences on mobile phone, food and fashion consumption. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 29(2), 125-138.
- Borah, P. S., Dogbe, C. S. K., & Marwa, N. (2024). Generation Z's green purchase behavior: Do green consumer knowledge, consumer social responsibility, green advertising, and green consumer trust matter for sustainable development? *Business Strategy and the Environment*, 33(5), 4530-4546.

- Çam, S., Tuna, M. F., & Bayır, T. (2025). Understanding green consumption: Exploring the role of socially responsible attitudes in sustainable buying behavior. *Discover Sustainability*, 6, 372.
- Cui, M., Li, Y., & Wang, S. (2024). Environmental knowledge and green purchase intention and behavior in China: The mediating role of moral obligation. *Sustainability*, 16(14), 6263.
- Firza, E., Anugrah, M. D., Oktarini, K. W., Saputri, U. T., & Febrianti, D. (2025). Beyond awareness: Investigating how moral obligation strengthens the impact of environmental knowledge on green purchase intention. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 9(2).
- Hidayat, T., Nashirah, A. F., & Pangestuti, I. R. D. (2024). Analyzing the consumer behavior and implications of sustainable consumption among Generation Z. *Research Horizon*, 4(4), 321.
- Iqbal, A., Saraswati, E., Sutrisno, T., & Tojibussabirin, M. (2024). Green consumption behaviour in Indonesia: Exploring the role of government support. *Cogent Social Sciences*, 10(1), 2439546.
- Jaiswal, D., Kaushal, V., & Singh, S. (2022). Green consumer behavior: An empirical study of the moderating role of environmental concern and knowledge. *Business Strategy and the Environment*, 31(3), 1044-1057.
- Krsnik, S., & Erjavec, K. (2024). Comprehensive study on the determinants of green behaviour of Slovenian consumers: The role of marketing communication, lifestyle, psychological, and social determinants. *Sustainability*, 16(17), 7555.
- Lu, Y., & Park, S.-D. (2025). Decoding green consumption behavior among Chinese consumers: Insights from machine learning models on emotional and social influences. *Behavioral Sciences*, 15(5), 616.
- Muna, N., Yasanta, I. K. R., & Retnasamy, V. (2025). Pathways to green purchase: Pro-environmental behavior and concern in Bali tourism. *Tourism and Hospitality*, 6(4), 208.
- Oetomo, B. S. D., & Santoso, S. (2025). Environmental factors influencing green consumer behaviour in the digital age among the millennial generation. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 7(1), 103-122.
- Purwianti, L., Ariyanto, H. H., Winata, K., & Changbo, L. (2025). Reinforcing green consumption intentions: Attitudes as a mediator and the role of environmental concerns, lifestyles, social media, and subjective norms. *Integrated Journal of Business and Economics*, 9(4).
- Putri, N. A. E., & Hayu, R. S. (2024). The influence of environmental knowledge, green product knowledge, green word of mouth, greenwashing, and green confusion as mediator of green purchase intention. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 12(1).
- Rahayu, S., Vedy, N. K., & Novitasari, E. (2024). Impact of environmental knowledge toward green purchase intention: Attitude as mediator. *Journal of Business and Information Systems*, 6(2).
- Saari, U. A., Damberg, S., Frömbing, L., & Ringle, C. M. (2021). Sustainable consumption behavior of Europeans: The influence of environmental knowledge and risk perception on environmental concern and behavioral intention. *Ecological Economics*, 189, 107155.
- Shehawy, Y. M., & Khan, S. M. F. A. (2024). Consumer readiness for green consumption: The role of green awareness as a moderator of the relationship between green attitudes and purchase intentions. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 78, 103739.

- Simanjuntak, M., & Fitri, I. (2024). Green consumption: Behavior of young Indonesian consumers - Role of environmental knowledge, responsibility, and attitudes. *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, 32(3), 1141-1164.
- Swahastuti, I. A., & Muna, N. (2025). The influence of environmental knowledge and environmental concern on purchase intention of green personal care products, mediated by green trust among Generation Z in Bali. *Eduvest - Journal of Universal Studies*, 5(9), 11285-11302.