



## **ANALISIS PERILAKU KONSUMSI BERKELANJUTAN PADA GENERASI Z: PENDEKATAN *NORM ACTIVATION MODEL* BERDASARKAN PRINSIP *TRIPLE BOTTOM LINE***

**FRISHE MAULIDIANNISA PANGESTU**



**DEPARTEMEN ILMU KELUARGA DAN KONSUMEN  
FAKULTAS EKOLOGI MANUSIA  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2025**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak mengikuti kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Analisis Perilaku Konsumsi Berkelanjutan pada Generasi Z: Pendekatan *Norm Activation Model* Berdasarkan Prinsip *Triple Bottom Line*” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2025

Frishe Maulidiannisa Pangestu  
I2401211061

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak mengikuti kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

## ABSTRAK

FRISHE MAULIDIANNISA PANGESTU. Analisis Perilaku Konsumsi Berkelanjutan pada Generasi Z: Pendekatan *Norm Activation Model* Berdasarkan Prinsip *Triple Bottom Line*. Dibimbing oleh ISTIQLALIYAH MUFLIKHATI.

Kompleksitas isu keberlanjutan menuntut peran aktif generasi muda dalam konsumsi yang bertanggung jawab, meskipun kesenjangan antara kesadaran dan perilaku masih terlihat pada konsumen generasi Z. Penelitian ini menguji pengaruh kesadaran, atribusi tanggung jawab, dan norma pribadi terhadap perilaku konsumsi berkelanjutan, baik langsung maupun tidak langsung, dengan pendekatan *Norm Activation Model* berdasarkan prinsip *Triple Bottom Line*. Data dari 316 responden generasi Z dianalisis menggunakan SPSS dan SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden generasi Z di Indonesia memiliki kesadaran, tanggung jawab, norma pribadi, dan perilaku konsumsi berkelanjutan tergolong pada kategori sedang. Hasil analisis menunjukkan bahwa kesadaran untuk konsumsi berkelanjutan berpengaruh signifikan terhadap atribusi tanggung jawab, norma pribadi, dan perilaku konsumsi berkelanjutan, baik langsung maupun tidak langsung. Atribusi tanggung jawab juga berpengaruh terhadap norma pribadi dan perilaku konsumsi berkelanjutan, baik langsung maupun tidak langsung. Adapun norma pribadi berpengaruh terhadap perilaku konsumsi berkelanjutan. Direkomendasikan strategi dan kebijakan yang menumbuhkan kesadaran dan menekankan penting nilai moral.

Kata kunci: generasi Z, kesadaran untuk konsumsi berkelanjutan, model aktivasi norma, perilaku konsumsi berkelanjutan, *triple bottom line*.

## ABSTRACT

FRISHE MAULIDIANNISA PANGESTU. Analyzing Sustainable Consumption Behavior among Generation Z: A Norm Activation Model Approach Based on the Triple Bottom Line Principles. Supervised by ISTIQLALIYAH MUFLIKHATI.

The complexity of sustainability issues requires active engagement from younger generations in responsible consumption, although a gap between awareness and behavior remains evident among Generation Z consumers. This study investigated the influence of consciousness for sustainable consumption, ascription of responsibility, and personal norms on sustainable consumption behavior, both directly and indirectly, using the Norm Activation Model based on the Triple Bottom Line. Data from 316 Indonesian Gen Z respondents were analyzed using SPSS and SmartPLS. The results show that respondents have moderate levels of awareness, responsibility, norms, and sustainable behavior. Consciousness significantly influences responsibility, personal norms, and behavior, both directly and indirectly. Responsibility also affects norms and behavior. Personal norms directly influence sustainable consumption behavior. Strategies and policies should aim to raise awareness and strengthen moral values.

**Keywords:** consciousness for sustainable consumption, generation Z, norm activation model, sustainable consumption behavior, triple bottom line.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



# **ANALISIS PERILAKU KONSUMSI BERKELANJUTAN PADA GENERASI Z: PENDEKATAN *NORM ACTIVATION MODEL* BERDASARKAN PRINSIP *TRIPLE BOTTOM LINE***

**FRISHE MAULIDIANNISA PANGESTU**

Skripsi  
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana pada  
Program Studi Ilmu Keluarga dan Konsumen

**DEPARTEMEN ILMU KELUARGA DAN KONSUMEN  
FAKULTAS EKOLOGI MANUSIA  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2025**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak mengulik kepentingan yang wajar IPB University.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Tim Pengaji pada Ujian Skripsi:

- 1 Prof. Dr. Megawati Simanjuntak, S.P., M.Si
- 2 Dr. Susri Adeni S.Sos., M.A.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Judul Skripsi : Analisis Perilaku Konsumsi Berkelanjutan pada Generasi Z:  
Pendekatan *Norm Activation Model* Berdasarkan Prinsip *Triple Bottom Line*

Nama : Frishe Maulidiannisa Pangestu  
NIM : I2401211061

Disetujui oleh

Dosen Pembimbing:  
Dr. Ir. Istiqlaliyah Muflikhati, M.Si  
196406161989032014

Diketahui oleh

Ketua Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen:  
Dr. Tin Herawati S.P, M.Si.  
19720428 200604 2007

Tanggal Lulus: 13 AUG 2025

Tanggal Ujian:  
Jumat, 8 Agustus 2025



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul "Analisis Perilaku Konsumsi Berkelanjutan pada Generasi Z: Pendekatan *Norm Activation Model* Berdasarkan Prinsip *Triple Bottom Line*". Karya ilmiah ini disusun untuk memenuhi syarat kelulusan pada Program Studi S1 Ilmu Keluarga dan Konsumen, Fakultas Ekologi Manusia, IPB University. Penyusunan karya ilmiah ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Ir. Istiqlaliyah Muflikhati, M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan arahan, dan mendampingi penulis dalam penyusunan skripsi.
2. Prof. Dr. Ir. Lilik Noor Yuliati M.F.S.A., selaku dosen moderator kolokium, Prof. Dr. Megawati Simanjuntak, S.P., M.Si., selaku dosen penguji skripsi, serta Dr. Susri Adeni S.Sos., M.A., selaku dosen moderator seminar hasil sekaligus dosen penguji skripsi, yang telah memberikan masukan berharga selama proses kolokium, seminar hasil, dan sidang skripsi sehingga penulis dapat memperbaiki dan menyempurnakan skripsi ini.
3. Bapak Mugiyono Pangestu dan Ibu Mudati, selaku orang tua penulis, serta Niky Pangesti Ayuningtyas, selaku kakak perempuan penulis, atas cinta, doa, dan dukungan selama masa perkuliahan.
4. Pemilik NIM I3401211057, yang telah menjadi bagian penting dalam proses ini. Terima kasih atas dukungan yang berarti, kebersamaan yang menenangkan, serta kehadiran yang menjadi penguat di tengah segala keterbatasan.
5. EOW, yang telah menjadi tempat berbagi cerita, keluh kesah, dan tawa di tengah perjalanan ini. Terima kasih atas semangat dan kehadiran yang menjadi sumber kekuatan.
6. Zamonyam dan teman-teman Departemen IKK Angkatan 58, yang telah luar biasa bersama perjalanan akademik penulis di Departemen IKK. Terima kasih telah menjadi sumber dukungan, inspirasi, dan kebersamaan yang membuat masa perkuliahan ini terasa lebih bermakna.
7. Teman-teman magang Ulujami, terima kasih atas dukungan dan kebersamaan selama enam bulan menjalani magang di semester akhir. Pengalaman dan koneksi yang terjalin menjadi salah satu bagian berharga yang turut menguatkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, sehingga penulis membuka diri terhadap saran dan kritik yang membangun demi perbaikan ke depannya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang konsumsi berkelanjutan dan perilaku konsumen generasi muda.

Bogor, Agustus 2025

*Frishe Maulidiannisa Pangestu*





Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## DAFTAR ISI

<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	<b>xiii</b>
<b>I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	5
1.4 Manfaat	5
<b>II TINJAUAN PUSTAKA</b>	<b>7</b>
2.1 Konsumsi Berkelanjutan	7
2.2 Perilaku Konsumsi Berkelanjutan ( <i>Sustainable Consumption Behavior</i> )	9
2.3 Konsep <i>Triple Bottom Line</i> dalam Konsumsi Berkelanjutan	11
2.4 Kesadaran untuk Konsumsi Berkelanjutan ( <i>Consciousness for Sustainable Consumption</i> )	12
2.5 <i>Norm Activation Model</i> (NAM)	15
2.6 Atribusi Tanggung Jawab (Ascription of Responsibility)	17
2.7 Norma Pribadi ( <i>Personal Norms</i> )	18
2.8 Peran Generasi Z dalam Konsumsi Keluarga	19
2.9 Hubungan Karakteristik Konsumen dengan Kesadaran untuk Konsumsi Berkelanjutan, Atribusi Tanggung Jawab, Norma Pribadi, dan Perilaku Konsumsi Berkelanjutan	20
2.9.1 Usia	20
2.9.2 Jenis Kelamin	21
2.9.3 Tingkat Pendidikan	22
2.9.4 Pendapatan	23
2.10 Pengaruh Kesadaran untuk Konsumsi Berkelanjutan terhadap Atribusi Tanggung Jawab, Norma Pribadi, dan Perilaku Konsumsi Berkelanjutan	24
2.11 Pengaruh Atribusi Tanggung Jawab terhadap Norma Pribadi dan Perilaku Konsumsi Berkelanjutan	25
2.12 Pengaruh Norma Pribadi terhadap Perilaku Konsumsi Berkelanjutan	26
2.13 Pengaruh Kesadaran untuk Konsumsi Berkelanjutan terhadap Perilaku Konsumsi Berkelanjutan dengan Mediasi dari Atribusi Tanggung Jawab dan Norma Pribadi	26
2.14 Kerangka Pemikiran	27
<b>III METODE</b>	<b>29</b>
3.1 Desain, Lokasi, dan Waktu Penelitian	29
3.2 Populasi, Sampel, Teknik Penarikan Sampel	29



3.3	Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	30
3.4	Pengukuran Variabel	31
3.5	Pengolahan dan Analisis Data	33
3.6	Definisi Operasional	35
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>		<b>37</b>
4.1	Karakteristik Konsumen	37
4.2	Deskripsi Indikator Variabel	39
4.2.1	Kesadaran untuk Konsumsi Berkelanjutan	39
4.2.2	Atribusi Tanggung Jawab	42
4.3	Hubungan Karakteristik Konsumen dengan Kesadaran untuk Konsumsi Berkelanjutan, Atribusi Tanggung Jawab, Norma Pribadi, dan Perilaku Konsumsi Berkelanjutan	50
4.4	Hasil Analisis SEM-PLS	51
4.4.1	Kontribusi Indikator terhadap Variabel Laten	51
4.4.2	Hasil Model Struktural SEM-PLS	55
4.4.3	Evaluasi Pengukuran <i>Outer Model</i>	56
4.4.4	Evaluasi Pengukuran <i>Inner Model</i>	56
4.5	Pengujian Hipotesis	57
4.6	Pembahasan	60
4.6.1	Deskripsi Karakteristik Konsumen, Kesadaran untuk Konsumsi Berkelanjutan, Atribusi Tanggung Jawab, Norma Pribadi, dan Perilaku Konsumsi Berkelanjutan	60
4.6.2	Hubungan Karakteristik Konsumen dengan Kesadaran untuk Konsumsi Berkelanjutan, Atribusi Tanggung Jawab, Norma Pribadi, dan Perilaku Konsumsi Berkelanjutan	62
4.6.3	Pengaruh Kesadaran untuk Konsumsi Berkelanjutan terhadap Atribusi Tanggung Jawab, Norma Pribadi, dan Perilaku Konsumsi Berkelanjutan	64
4.6.4	Pengaruh Atribusi Tanggung Jawab terhadap Norma Pribadi dan Perilaku Konsumsi Berkelanjutan	65
4.6.5	Pengaruh Norma Pribadi terhadap Perilaku Konsumsi Berkelanjutan	66
4.6.6	Pengaruh Kesadaran untuk Konsumsi Berkelanjutan terhadap Perilaku Konsumsi Berkelanjutan melalui mediasi Atribusi Tanggung Jawab dan Norma Pribadi	67
4.7	Kontribusi Teori Penelitian	68
4.8	Implikasi Kebijakan	69
4.9	Limitasi dalam Penelitian	69
<b>SIMPULAN DAN SARAN</b>		<b>71</b>
5.1	Simpulan	71
5.2	Saran	71

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak mengurangi kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>83</b>



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

**DAFTAR TABEL**

2.1	Sintesis konseptualisasi perilaku konsumsi berkelanjutan	10
2.2	Faktor-faktor kunci dalam model konseptual kesadaran untuk konsumsi berkelanjutan	14
3.1	Variabel, skala data, dan kategori data	30
3.2	Variabel, definisi operasional, kode, dan indikator	32
3.3	Analisis data dan tujuan penelitian	34
4.1	Sebaran responden berdasarkan karakteristik konsumen	37
4.2	Sebaran jawaban responden berdasarkan indikator kesadaran untuk konsumsi berkelanjutan	39
4.3	Sebaran responden berdasarkan variabel kesadaran untuk konsumsi berkelanjutan	42
4.4	Sebaran responden berdasarkan indikator atribusi tanggung jawab	43
4.5	Sebaran responden berdasarkan variabel atribusi tanggung jawab	44
4.6	Sebaran responden berdasarkan indikator norma pribadi	44
4.7	Sebaran responden berdasarkan variabel norma pribadi	46
4.8	Sebaran responden berdasarkan indikator perilaku konsumsi berkelanjutan	47
4.9	Sebaran responden berdasarkan variabel perilaku konsumsi berkelanjutan	49
4.10	Nilai koefisien korelasi karakteristik konsumen dengan kesadaran untuk konsumsi berkelanjutan, atribusi tanggung jawab, norma pribadi, dan perilaku konsumsi berkelanjutan	50
4.11	Hasil kontribusi indikator terhadap setiap variabel	51
4.12	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> , <i>Composite Reliability</i> , dan <i>Average Variance Extracted</i>	56
4.13	Hasil analisis model struktural <i>R-Square</i>	57
4.14	Hasil pengujian hipotesis pengaruh langsung variabel laten	57
4.15	Hasil uji pengaruh variabel tidak langsung	58
4.16	Hasil dekomposisi efek langsung, tidak langsung, dan total pengaruh	59

**DAFTAR GAMBAR**

2.1	<i>Sustainable Development Triangle</i> diadaptasi dari IPPC (2003)	8
2.2	Model NAM sebagai mediator (De Groot dan Steg 2009)	16
2.3	Model NAM sebagai moderator (De Groot dan Steg 2009)	17
2.4	Kerangka pemikiran	28
3.1	Model <i>hybrid SEM</i>	35

## DAFTAR LAMPIRAN

1	Hasil analisis SEM	84
2	Uji normalitas data	85
3	Karakteristik konsumen	86
4	Uji Korelasi <i>Spearman</i> antar seluruh variabel	87

