

**ANALISIS PERBEDAAN PERSEPSI ENVIRONMENTAL KNOWLEDGE DALAM
PERPEKTIF GENDER GENERASI Z DEMI MENDUKUNG TERCAPAINYA
SUSTAINABLE CONSUMPTION BEHAVIOR**

**Agatha Cintyalaras¹, Michelle Wijaya², Ni Komang Ayu Kartika Dewi³,
Azahroh Tania Defa Nur Afifa⁴, Sun Sun Sundari⁵, Fransisca Desiana Pranatasari⁶,
Lucia Kurniawati⁷**

**Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma
Email: fr.desiana@gmail.com**

Informasi Naskah	Abstrak
Diterima: 27-12-2023 Revisi: 04-05-2024 Terbit: 06-05-2024 Kata Kunci: Pengetahuan lingkungan, generasi Z, jenis kelamin, perilaku konsumsi berkelanjutan	<i>Isu global warming telah banyak dibahas berbagai bidang. Beberapa tindakan juga telah dilakukan untuk mengurangi dampak negatif dari global warming itu sendiri. Dalam konteks manajemen, salah satu topik hangat untuk mengurangi dampak negatif tersebut adalah mengenai perilaku konsumen terutama perilaku konsumsi berkelanjutan. Para ahli percaya hal ini dapat menjadi solusi yang baik dimasa depan. Maka untuk mencapai hal tersebut, perlu pengetahuan yang cukup mengenai lingkungan atau environmental knowledge agar bumi kita terjaga oleh siapapun kita baik laki-laki maupun perempuan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan environmental knowledge ditinjau dalam perspektif gender pada Generasi Z. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Unit analisis individu. Populasi WNI yang sudah menggunakan produk berkelanjutan atau ramah lingkungan dengan rentang usia termasuk dalam Generasi Z. Data primer didapat dari pengisian kuesioner. Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah accidental sampling. Hal uji didapatkan data tidak normal (statistika non parametrik) sehingga dilakukan uji beda mann whitney. Hasil penelitian menyatakan bahwa terdapat perbedaan environmental knowledge antara laki-laki dan perempuan pada Generasi Z.</i>
Keywords: Environmental knowledge, generasi Z, gender, sustainable consumption behavior	Abstract <i>The issue of global warming has been widely discussed in various fields. Many things are being done to reduce the negative impacts of global warming itself. In the management context, one of the hot topics for reducing negative impacts is consumer behavior, especially sustainable consumption behavior. Experts believe this could be a good solution in the future. So to achieve this, we need sufficient knowledge about the environment so that our earth is protected by whoever we are, both men and women. The aim of this research is to determine differences in environmental knowledge from a gender perspective in Generation Z. This research uses quantitative methods. Individual unit of analysis. The population of Indonesian citizens who have used sustainable or environmentally friendly products with an age range included in Generation Z. Primary data was obtained from filling out questionnaires. The sampling technique used was accidental sampling. The test results showed that the data was not normal (non-parametric statistics) so a Mann Whitney difference test was carried out. The research results state that there are differences in environmental knowledge between men and women in Generation Z.</i>

PENDAHULUAN

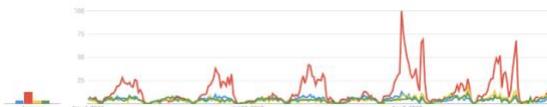
Peningkatan kerusakan lingkungan dan dampaknya terhadap lingkungan semakin mengkhawatirkan. Banyak sekali dampak negatif yang kita rasakan dengan adanya kerusakan lingkungan (Sharma dan Rani, 2020). Kini berbagai pihak sudah mulai sadar akan pentingnya dan urgensinya global warming bagi kehidupan kita. Dilihat dari daftar pencarian internet saja, gambar 1 menunjukkan bahwa semakin meningkatnya kesadaran seseorang dalam mencari tahu segala bentuk pemahaman dan pengetahuan terkait isu ini.



Gambar 1. Tren Pencarian All Categories dengan Kata Kunci Global Warming (Biru) dan Pemanasan Global (Merah)

Sumber: Syahadat dan Putra, 2022

Lebih lanjut dijelaskan dalam penelitian Syahadat dan Putra (2022) bahwa pada gambar 2 terlihat hasil analisis tren menunjukkan pencarian pengetahuan dalam internet yang paling sering dicari yaitu topik mengenai pemanasan global dibandingkan dengan topik kerusakan lingkungan. Hal ini semakin menguatkan dugaan bahwa kini semakin banyak orang peduli pada perubahan lingkungan dan peduli pada keberlanjutan bumi kita bersama. Pengetahuan akan lingkungan inilah yang kemudian disebut dengan *environmental knowledge*.



Gambar 2. Tren Pencarian All Categories dengan Kata Kunci Global Warming (Biru), Pemanasan Global (Merah), Kerusakan Lingkungan (Kuning) dan Environmental Degradation (Hijau)

Sumber: Syahadat dan Putra, 2022

Seiring dengan percepatan degradasi lingkungan, perubahan iklim, dan krisis yang timbul sebagai akibatnya, sangat mendesak bagi individu untuk mengubah cara mereka mengkonsumsi barang dan jasa. Hal ini diperlukan untuk memastikan bahwa kehidupan aman dan sehat. Ketercapaian hal positif inilah yang kemudian dapat kita berikan kepada generasi mendatang. Dalam konteks manajemen, *sustainable consumption behaviors* menjadi topik yang mulai sering dibahas. Ilmu perilaku konsumen mempercayai bahwa *sustainable consumption behaviors* dapat memberikan solusi bagi masa depan untuk mengurangi dampak negatif yang ditimbulkan dari kebiasaan konsumen itu sendiri. Tanpa sadar justru konsumen memberikan kontribusi dalam kerusakan lingkungan karena pola perilaku pembelian mereka (Sharma dan Rani, 2020). Dapat dikatakan bahwa *Sustainable consumption behaviors* merupakan praktik baik dalam menjaga bumi yang sesuai dengan konteks manajemen terutama tentang perilaku konsumen (Sharma dan Rani, 2020).

Sustainable consumption behaviors mengacu pada praktik dan keputusan konsumen yang bertujuan untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, masyarakat, dan ekonomi, serta untuk menjaga sumber daya alam agar tetap terjaga hingga masa yang akan datang (Sharma dan Rani, 2020). *Sustainable consumption behaviors* melibatkan kesadaran dan tindakan individu dalam memilih produk dan layanan yang ramah lingkungan, mendukung praktik bisnis yang bertanggung jawab, dan mengurangi pemborosan sumber daya (Wang, Liu, dan Qi, 2014 ; Biswas, 2017; Ertmańska, 2021).

Penelitian yang dilakukan Ertmańska (2021) menunjukkan adanya dampak konsumen dan konsumsi terhadap perkembangan sosial ekonomi secara berkelanjutan. Dalam penelitiannya melakukan identifikasi faktor-faktor yang menentukan perilaku konsumen, dan

menilai dampak pola konsumsi berkelanjutan terhadap perilaku konsumen. *Sustainable consumption behaviors* mencakup semua tahapan konsumsi tradisional yaitu mulai dari pembelian, penggunaan, hingga pembuangan (Sharma dan Rani, 2020). *Sustainable consumption behaviors* didefinisikan ulang dan dikonsepsi ulang untuk mencapai kerangka kerja baru dalam konsumsi berkelanjutan (Sharma dan Rani, 2020).

Meskipun *sustainable consumption behaviors* telah lama menjadi sorotan, saat ini kita baru mulai melihat dampaknya pada cara konsumen membuat keputusan sehari-hari (Ertmańska, 2021). Maka untuk mencapai hal tersebut, perlu pengetahuan yang cukup mengenai lingkungan atau *environmental knowledge*. *Environmental Knowledge* penting untuk mendukung upaya pelestarian lingkungan, pengelolaan sumber daya alam yang berkelanjutan, dan mitigasi perubahan iklim. Ini juga membantu individu dan komunitas membuat keputusan yang lebih bijak dalam kehidupan sehari-hari mereka, seperti mengurangi limbah, menghemat energi, dan mendukung praktik-praktik yang ramah lingkungan. *Environmental Knowledge* merupakan dasar bagi kesadaran lingkungan dan aksi untuk menjaga keseimbangan ekosistem dan lingkungan global. Keseimbangan ekosistem ini membutuhkan peran serta yang besar dari berbagai generasi manusia terutama generasi Z yang akan menjadi masa kini dan masa depan dunia.

Generasi Z ini adalah generasi yang memasuki umur produktif, artinya peran mereka mulai diperhatikan oleh lingkungannya. Hanya saja generasi Z ini dirasa kurang memahami akan pentingnya menjaga lingkungan atau sumber daya agar dapat berkelanjutan (Ertmańska, 2021). Hal ini sangat disayangkan karena generasi ini dapat digunakan sebagai penopang masa mendatang.

Penelitian sebelumnya menemukan adanya pengaruh *environmental knowledge* terhadap *sustainable consumption behaviors* (Sharma dan Rani, 2020; Ertmańska, 2021). Namun hal ini belum sampai membedakan perspektis gender pada *environmental knowledge*. Padahal seperti bahasan sebelumnya bahwa diperlukan pengetahuan yang cukup mengenai lingkungan baik laki-laki maupun perempuan. Dengan begitu penelitian ini membahas apakah terdapat perbedaan *environmental knowledge* pada jenis kelamin Generasi Z yang dapat berdampak bagi lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan *Environmental Knowledge* ditinjau dari jenis kelamin pada Generasi Z di Indonesia. Artikel ini menyajikan hasil penelitian mengenai konsumsi berkelanjutan yang ditinjau dari pengetahuan lingkungan berdasarkan jenis kelamin Generasi Z.

Para ahli percaya hal ini dapat menjadi solusi yang baik dimasa depan. Maka untuk mencapai hal tersebut, perlu pengetahuan yang cukup mengenai lingkungan agar bumi kita terjaga oleh siapapun kita baik laki-laki maupun perempuan

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Sustainable Consumption Behaviors

Menurut Paluch & Sroka (2013) ide dasar dari *Sustainable Consumption Behaviors* adalah mengutamakan keselarasan antara manusia, perekonomian dan lingkungan alam dengan sekaligus mencapai tujuan ekonomi, sosial dan ekologi. Terdiri dari memilih produk ramah lingkungan dan meminimalkan jangkauan konsumsi (pembelian), memaksimalkan fungsionalitas dan memperpanjang umur produk (penggunaan), memilah dan mengumpulkan kembali sampah untuk tujuan daur ulang atau penggunaan kembali (pembuangan) (Belz & Peattie, 2009)

Maksud dari *sustainable consumption behaviors* adalah penggunaan barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan dasar dan memberikan kualitas hidup yang lebih baik, sekaligus meminimalkan penggunaan sumber daya alam dan bahan beracun serta emisi limbah dan polutan sepanjang siklus hidup, sehingga tidak membahayakan kebutuhan generasi mendatang (Reisch, 1998). Penting untuk mengintegrasikan kualitas hidup mereka yang bertindak sebagai

konsumen ke dalam model konsumsi baru. Inklusi ini menunjukkan bahwa konsumsi berkelanjutan adalah konsumsi secara sadar yang didasarkan pada pilihan dan keputusan konsumsi secara sadar dan bertanggung jawab serta nilai-nilai lainnya. Pendekatan ini membentuk sikap konsumsi sadar, yang dalam perilakunya menunjukkan ciri-ciri konsumsi moderat, pembatasan diri dan pengendalian konsumen serta meminimalkan pemborosan dalam memenuhi kebutuhan (Becla & Czaja, 2022).

Environmental Knowledge untuk mendukung tercapainya sustainable consumption behaviors

Environmental knowledge, mengacu pada informasi yang dimiliki individu tentang konsep lingkungan yang relevan, lingkungan masalah, dan efek ekologis dari konsumsi dan produksi (Saari dkk., 2021). Menurut penelitian sebelumnya (Wang dkk., 2014), *environmental knowledge* positif berkorelasi dengan *behavioral intention*. *Sustainable consumption behaviors* sering digunakan secara bergantian dengan istilah khusus seperti "perilaku konsumsi pro-lingkungan" (Saari dkk., 2021), "perilaku konsumsi hijau" (Biswas, 2017), "perilaku konsumsi etis" (Wooliscroft dkk., 2019). *Environmental knowledge* yang luas dan mendalam memungkinkan seseorang memiliki niat untuk melakukan tindakan-tindakan peduli lingkungan seperti *sustainable consumption behaviors*.

Perbedaan psikologis persepsi gender

Perempuan diajari untuk berperilaku penuh kasih sayang, perhatian, dan mendahulukan kebutuhan orang lain di atas kebutuhannya sendiri, sementara laki-laki sering kali diajari untuk menghindari perasaan dan menghindari keterlibatan dalam perilaku feminin (Eccles dkk., 1990). Hal ini dapat mempunyai pengaruh besar terhadap apakah perempuan cenderung menghargai egalitarianisme dan laki-laki cenderung menghargai hierarki, yang kemudian mempengaruhi sikap dan keyakinan pro-lingkungan. Misalnya, perempuan cenderung berorientasi pada orang lain dan tanggung jawab sosial, yang menjelaskan tingkat *sustainable consumption* mereka yang lebih tinggi dibandingkan laki-laki (Zelezny dkk., 2000).

Pengembangan Hipotesis

Menurut Koelner dkk. (2009) *environmental knowledge* merupakan salah satu aspek dari pengetahuan ekologis dimana individu membicarakan topik lingkungan. (Chan & Lau, 2002) mendefinisikan *environmental knowledge* sebagai pengetahuan yang dimiliki seseorang tentang permasalahan terkait lingkungan. Menurut Bloodhart & Swim (2020) perbedaan perilaku pada perempuan dan laki-laki sering dikaitkan dengan peran gender dan praktik terkait. Stereotip dan norma gender membentuk bagaimana laki-laki dan perempuan berpikir tentang topik lingkungan, menanggapi kebutuhannya, dan memilih tindakannya.

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H0 : Tidak terdapat perbedaan persepsi *environmental knowledge* menurut perspektif gender pada Generasi Z

H1: Terdapat perbedaan persepsi *environmental knowledge* menurut perspektif gender pada Generasi Z

METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian dengan metode kuantitatif. Adapun variabel yang digunakan adalah variabel independen *environmental knowledge*. Unit analisis adalah individu. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah WNI WNI yang sudah

menggunakan produk berkelanjutan atau ramah lingkungan dengan rentang usia termasuk dalam Generasi Z. Rentang usia Generasi Z yang dimaksud adalah lahir diantara tahun 1997-2012 yaitu mereka yang termasuk dalam Generasi Z. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 408 responden. Pada penelitian ini peneliti mengumpulkan data primer yang didapat dari pengisian kuesioner. Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* yaitu dijadikan seluruh pengisi kuesioner yang sesuai dengan kriteria dalam penelitian.

Definisi operasional variabel adalah dimensi yang diberikan pada sebuah variabel dengan memberikan makna atau menentukan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang dibutuhkan untuk melakukan pengukuran variabel tersebut (Sugiyono, 2012).

Tabel 1.
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Pernyataan kuesioner
<p>Environmental Knowledge</p> <p>Teoritis : pengetahuan dan informasi terkait lingkungan alam, perubahan iklim, ekosistem, konservasi sumber daya alam, pencemaran dan permasalahan lingkungan lainnya. Hal ini mencakup pengetahuan tentang cara manusia berinteraksi dengan lingkungan, dampak aktivitas manusia terhadap alam, dan upaya-upaya yang dapat dilakukan untuk menjaga dan melindungi lingkungan.</p> <p>Operasional : pengetahuan dan informasi terkait pemanasan global, daur ulang, ekosistem, kehutanan berkelanjutan, energi terbarukan, keberlanjutan, simbol-simbol ramah lingkungan, jumlah sampah yang berakhir di TPA, masalah lingkungan, dan produk berkelanjutan dan ramah lingkungan.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan keberlanjutan dibandingkan orang lain 2. Saya memahami simbol-simbol ramah lingkungan pada kemasan produk 3. Saya tahu cara memilih produk berkelanjutan yang mengurangi jumlah sampah yang berakhir di TPA 4. Saya memiliki pengetahuan yang baik tentang masalah lingkungan dan keberlanjutan 5. Menggunakan produk keberlanjutan dan ramah lingkungan adalah cara utama untuk menjaga lingkungan

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan statistik nonparametrik dalam menguji data. Hal ini dilakukan karena peneliti menemukan bahwa data sampel tidak berdistribusi normal. Uji beda statistik non parametrik menggunakan uji beda mann whitney. Uji beda dilakukan untuk mengidentifikasi apakah ada perbedaan yang signifikan pada variabel independen *environmental knowledge* pada generasi Z menurut perspektif gender.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dimulai pada Mei 2023. Responden penelitian ini adalah Generasi Z yaitu mereka yang lahir pada tahun 1996-2012 sehingga pada tahun 2023 berumur 11-27 tahun. Total keseluruhan responden berjumlah 408 orang dengan karakteristik berbeda dalam hal jenis kelamin, pendapatan, pengeluaran, dan domisili.

Karakteristik Profil Responden

Tabel 2. Karakter Berdasarkan Jenis Kelamin

Ket	Pilihan	N	%
Jenis Kelamin	1) Laki-laki	142	34,8
	2) Perempuan	266	65,2
Total		408	100

Sumber: Data diolah 2023

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa dari total jumlah 408 responden, jumlah responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 142 orang (34,8%). Sedangkan untuk responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 266 orang (65,2%). Dapat disimpulkan bahwa jumlah responden terbanyak yaitu berjenis kelamin perempuan.

Tabel 3. Karakter Berdasarkan Pendapatan

Ket	Pilihan	N	%
Pendapatan	1) < 1.000.000	182	44,6
	2) 1.000.000 - 2.500.000	159	39
	3) 2.500.000 - 4.000.000	46	11,3
	4) 4.000.000 - 5.500.000	11	2,7
	5) 5.500.000 - 7.000.000	5	1,2
	6) 7.000.000 - 8.500.000	1	0,2
	7) 8.500.000 - 10.000.000	1	0,2
	8) > 10.000.000	3	0,7
Total		408	100

Sumber: Data diolah 2023

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 408 responden, yang memiliki pendapatan perbulan < Rp1.000.000 adalah 182 orang (44,6%), > Rp10.000.000 adalah 3 orang (0,7%), Rp1.000.000 - Rp2.500.000 adalah 159 orang (39%), Rp 2.500.000 - Rp4.000.000 adalah 46 orang (11,3%), Rp4.000.000 - Rp5.500.000 adalah 11 orang (2,7%), Rp5.500.000 - Rp7.000.000 adalah 5 orang (1,2%), Rp7.000.000 - Rp8.500.000 adalah 1 orang (0,2%), Rp8.500.000 - Rp10.000.000 adalah 1 orang (0,2%). Mayoritas responden memiliki pendapatan perbulan dibawah Rp1.000.000.

Tabel 4. Karakter Berdasarkan Pengeluaran

Ket	Pilihan	N	%
Pengeluaran	< 1.000.000	203	49,8
	1.000.000 - 2.500.000	174	42,6
	2.500.000 - 4.000.000	26	6,4
	4.000.000 - 5.500.000	3	0,7
	> 10.000.000	2	0,5
Total		408	100

Sumber: Data diolah 2023

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 408 responden, yang memiliki pengeluaran perbulan < Rp1.000.000 adalah 203 orang (49,8%), > Rp10.000.000 adalah 2 orang (0,5%), Rp1.000.000 - Rp2.500.000 adalah 174 orang (42,6%), Rp 2.500.000 - Rp4.000.000 adalah 26 orang (6,4%), Rp4.000.000 - Rp5.500.000 adalah 3 orang (0,7%). Mayoritas responden memiliki pengeluaran perbulan dibawah Rp1.000.000.

Tabel 5. Karakter Berdasarkan Domisili

Ket	Pilihan	N	%
Domisili	Bali	15	3,7
	Jawa	353	86,5
	Kalimantan	7	1,7
	Maluku dan Papua	3	0,7
	Nusa Tenggara	10	2,5
	Sulawesi	4	1,0
	Sumatera	16	3,9
Total		408	100

Sumber: Data diolah 2023

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 408 responden, yang berdomisili di Pulau Bali adalah 15 orang (3,7%), Jawa adalah 353 orang (86,5%), Kalimantan adalah 7 orang (1,7%), Maluku dan Papua adalah 3 orang (0,7%), Nusa Tenggara adalah 10 orang (2,5%), Sulawesi adalah 4 orang (1,0%), Sumatera adalah 16 orang (3,9%). Dapat disimpulkan bahwa mayoritas dari responden berdomisili di Pulau Jawa.

Hasil dan Pembahasan Uji Beda

Penelitian ini memiliki data yang tidak berdistribusi normal sehingga merupakan statistika non parametrik. Metode uji beda untuk statistika non parametrik adalah menggunakan uji beda Mann Whitney untuk mengetahui perbedaan antara dua sampel independen. Pengambilan keputusan untuk uji beda yaitu *asyp. Sig. (2-tailed) < 0,05* = terdapat perbedaan.

Tabel 6. Uji Beda

Variabel	Mean Rank Laki-laki	Mean Rank Perempuan	Asymp. Sig. (2-tailed)	Hasil
X1	222,36	194,97	0,024	Terdapat perbedaan

Sumber: Data diolah 2023

Dari Tabel 6 mengenai hasil uji beda dengan dilakukan sukacita.. uji beda variabel X1 memberikan hasil terdapat perbedaan *environmental knowledge* antara laki-laki dan perempuan pada Generasi Z.

Tabel 7. Rata-Rata Jawaban Responden Tiap Pernyataan Kuesioner

Indikator Variabel	Laki-laki	Perempuan
X1.1	3,58	3,37
X1.2	3,75	3,50
X1.3	3,79	3,63
X1.4	3,81	3,58
X1.5	4,19	4,15

Sumber: Data diolah 2023

Dari tabel rata-rata jawaban responden tiap pernyataan kuesioner dapat dilihat bahwa laki-laki pada Generasi Z cenderung memiliki *environmental knowledge* lebih baik dalam mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan keberlanjutan dibandingkan orang lain, memahami simbol-simbol ramah lingkungan pada kemasan produk, cara memilih produk berkelanjutan yang mengurangi jumlah sampah yang berakhir di TPA, memiliki pengetahuan yang baik tentang masalah lingkungan dan keberlanjutan, dan cenderung menggunakan produk keberlanjutan dan ramah lingkungan adalah cara utama untuk menjaga lingkungan. Dalam penelitian ini *environmental knowledge* laki-laki lebih baik dibandingkan perempuan pada Generasi Z. Oleh karena itu, perempuan perlu untuk distimulus lebih banyak daripada laki-laki.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini telah mengungkap perbedaan yang signifikan dalam pemahaman dan pengetahuan tentang isu-isu keberlanjutan dan lingkungan antara generasi Z yang berjenis kelamin laki-laki dan perempuan. Ditemukan bahwa laki-laki pada generasi Z cenderung memiliki pemahaman yang lebih baik tentang beberapa aspek keberlanjutan, seperti pemahaman tentang simbol-simbol ramah lingkungan pada kemasan produk, pemilihan produk berkelanjutan, serta pengetahuan tentang masalah lingkungan dan keberlanjutan.

Saran

Saran atau rekomendasi berdasarkan hasil penelitian ini menggarisbawahi perlunya peningkatan kesadaran dan pendidikan lingkungan yang merata untuk semua individu tanpa memandang jenis kelamin. Dalam konteks ini, perlu dilakukan upaya penghapusan stereotip gender yang masih mempengaruhi pemahaman dan perilaku terkait lingkungan. Serta, pentingnya menekankan peran aktif perempuan dalam upaya menjaga keberlanjutan lingkungan.

Studi lebih lanjut pun direkomendasikan untuk menggali faktor-faktor yang mempengaruhi perbedaan dalam pemahaman generasi Z terhadap isu-isu keberlanjutan dan lingkungan, termasuk pendidikan, informasi media, dan pengalaman langsung dalam upaya lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Becla, A., & Czaja, S. (2022). Paths Of Implementation Of Balanced And Sustainable Development In The Conditions Of The Information Society, Knowledge-Based Economy And Economy Based On Wisdom. *Ekonomia i Srodowisko*, 81(3), 38–49. <https://doi.org/10.34659/eis.2022.82.3.487>
- Belz, F. M., & Peattie, K. (2009). *Sustainability Marketing: A Global Perspective* (2 ed.).
- Biswas, A. (2017). A consumption value-gap analysis for sustainable consumption. *Environmental Science and Pollution Research* .
- Bloodhart, B., & Swim, J. K. (2020). Sustainability and Consumption: What's Gender Got to Do with It? *Journal of Social Issues*, 76(1), 101–113. <https://doi.org/10.1111/josi.12370>
- Chan, R. Y. K., & Lau, L. B. Y. (2002). Explaining Green Purchasing Behavior. *Journal of International Consumer Marketing*, 14(2–3), 9–40. https://doi.org/10.1300/J046v14n02_02
- Eccles, J. S., Jacobs, J. E., & Harold, R. D. (1990). Gender role stereotypes, expectancy effects, and parents' socialization of gender differences. *Journal of Social Issues*.
- Ertmańska, K. (2021). Sustainable consumption among youth consumers. *European Research Studies Journal*. Volume XXIV, Special Issue 3, 2021
- Koelner, Tovar, L. A. R. T., & Conraud, E. (2009). Study of Green behavior with a Focus on Mexican Individuals. *Scientific Research*.
- Paluch, Ł., & Sroka, W. (2013). Socio-Economic And Environmental Determinants Of Sustainable Development Of Rural Communes In Małopolska Province. *Oeconomia* , 12, 65–76.
- Reisch, L. A. (1998). *Sustainable Consumption*.
- Sharma, M., & Rani, L. (2020). Environmentally sustainable consumption awareness among children: an empirical study. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 16(1), 76-91.
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2021.107155>
- Syahadat, R. M., & Putra, R. I. S. (2022). Pemanasan Global Dan Kerusakan Lingkungan: Apakah Masih Menjadi Isu Penting Di Indonesia?. *Envirotek: Jurnal Ilmiah Teknik Lingkungan*, 14(1), 43-50.
- Wang, P., Liu, Q., & Qi, Y. (2014). Factors influencing sustainable consumption behaviors: A survey of the rural residents in China. *Journal of Cleaner Production* , 152–165.
- Wooliscroft, G., Alexandra, & Wooliscroft, B. (2019). Well-Being and Everyday Ethical Consumption. *Journal of Happiness Studies* .
- Zelezny, L. C., Chua, P.-P., & Aldrich, C. (2000). New Ways of Thinking about Environmentalism: Elaborating on Gender Differences in Environmentalism. *Journal of Social Issues*, 56(3), 443–457. <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00177>