

**PENGARUH NILAI BIOSFER, KESADARAN LINGKUNGAN, DAN NORMA PRIBADI  
TERHADAP MINAT PENGUSAHA TAPIS DI BANDAR LAMPUNG DALAM  
MENERAPKAN SUSTAINABLE FASHION**

**SKRIPSI**

**Oleh**

**LELY ERVI SETIYAWATI**

**2216051045**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS LAMPUNG**

**BANDAR LAMPUNG**

**2026**

**PENGARUH NILAI BIOSFER, KESADARAN LINGKUNGAN, DAN NORMA PRIBADI  
TERHADAP MINAT PENGUSAHA TAPIS DI BANDAR LAMPUNG DALAM  
MENERAPKAN SUSTAINABLE FASHION**

**Oleh**

**LELY ERVI SETIYAWATI  
2216051045**

**SKRIPSI**

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar  
SARJANA ILMU ADMINISTRASI BISNIS**

**Pada**

**Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Lampung**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2026**

## ABSTRAK

### **PENGARUH NILAI BIOSFER, KESADARAN LINGKUNGAN, DAN NORMA PRIBADI TERHADAP MINAT PENGUSAHA TAPIS DI BANDAR LAMPUNG DALAM MENERAPKAN SUSTAINABLE FASHION**

**Oleh**

**LELY ERVI SETIYAWATI**

Perkembangan industri *fashion* yang pesat turut meningkatkan permasalahan lingkungan, khususnya terkait limbah tekstil dan praktik produksi yang tidak berkelanjutan. Di sisi lain, kain tapis sebagai warisan budaya Lampung memiliki potensi besar untuk dikembangkan dalam kerangka *sustainable fashion* karena menggunakan bahan dan proses produksi yang relatif ramah lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh nilai biosfer, kesadaran lingkungan, dan norma pribadi terhadap minat pengusaha tapis di Bandar Lampung dalam menerapkan *sustainable fashion*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengusaha tapis di Bandar Lampung, dengan teknik pengambilan sampel jenuh. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 47 orang. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai biosfer, kesadaran lingkungan, dan norma pribadi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengusaha tapis dalam menerapkan *sustainable fashion*. Selain itu, secara simultan ketiga variabel tersebut juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengusaha tapis. Penelitian ini mengindikasikan bahwa nilai kepedulian terhadap lingkungan, tingkat kesadaran akan dampak lingkungan, serta dorongan moral pribadi berperan penting dalam mendorong pengusaha tapis untuk menerapkan *fashion* yang berkelanjutan.

**Kata kunci:** Nilai Biosfer, Kesadaran Lingkungan, Norma Pribadi, Minat Perilaku, *Sustainable Fashion*, Pengusaha Tapis.

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF BIOSPHERIC VALUES, ENVIRONMENTAL AWARENESS, AND PERSONAL NORMS ON THE INTEREST OF TAPIS ENTREPRENEURS IN BANDAR LAMPUNG IN IMPLEMENTING SUSTAINABLE FASHION**

**By**

**LELY ERVI SETIYAWATI**

*The rapid development of the fashion industry has also increased environmental issues, particularly related to textile waste and unsustainable production practices. On the other hand, tapis cloth, as a cultural heritage of Lampung, has great potential for development within a sustainable fashion framework due to its use of relatively environmentally friendly materials and production processes. This study aims to analyze the influence of biospheric values, environmental awareness, and personal norms on the interest of tapis entrepreneurs in Bandar Lampung in implementing sustainable fashion. This study used a quantitative approach with a descriptive research method. The population in this study were tapis entrepreneurs in Bandar Lampung, using a saturated sampling technique. The number of respondents in this study was 47 people. Data were collected through questionnaires and analyzed using SPSS 26. The results showed that biospheric values, environmental awareness, and personal norms partially had a positive and significant influence on tapis entrepreneurs' interest in implementing sustainable fashion. Furthermore, these three variables simultaneously had a positive and significant influence on tapis entrepreneurs' interest. This study indicates that environmental awareness, environmental impact awareness, and personal moral drive play a significant role in encouraging tapis entrepreneurs to implement sustainable fashion.*

**Keywords:** *Biosphere Values, Environmental Awareness, Personal Norms, Behavioral Intentions, Sustainable Fashion, Tapis Entrepreneurs.*

Judul Skripsi

: PENGARUH NILAI BIOSFER, KESADARAN LINGKUNGAN, DAN NORMA PRIBADI TERHADAP MINAT PENGUSAHA TAPIS DI BANDAR LAMPUNG DALAM MENERAPKAN SUSTAINABLE FASHION

Nama Mahasiswa

: Lely Ervi Setiyawati

Nomor Pokok Mahasiswa

: 2216051045

Program Studi

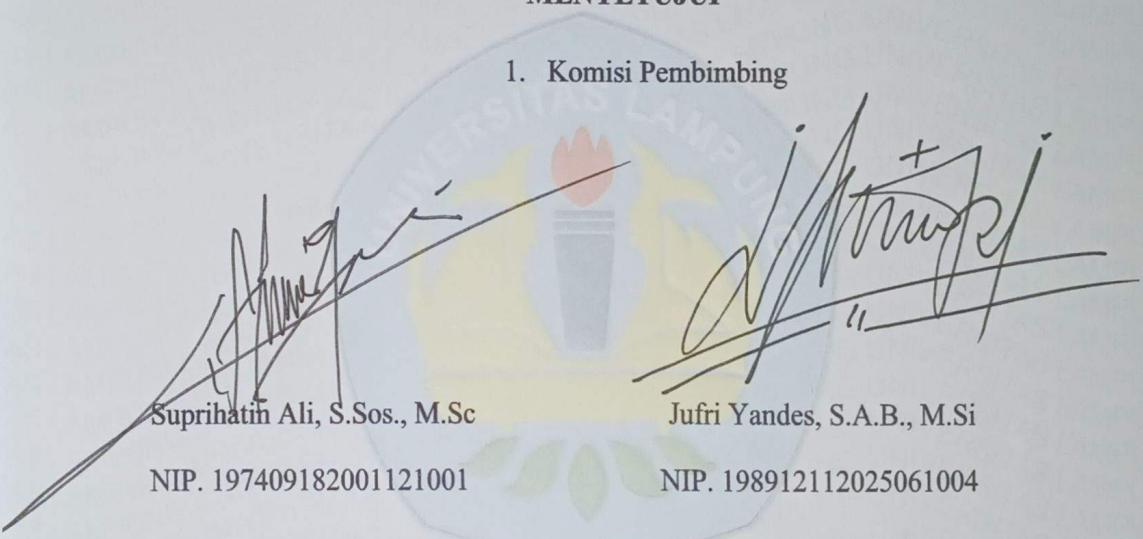
: Ilmu Administrasi Bisnis

Fakultas

: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

### MENYETUJUI

#### 1. Komisi Pembimbing



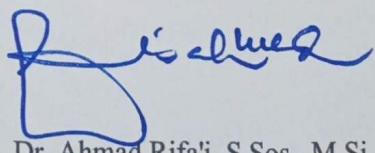
Suprihatin Ali, S.Sos., M.Sc

NIP. 197409182001121001

Jufri Yandes, S.A.B., M.Si

NIP. 198912112025061004

#### 2. Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis



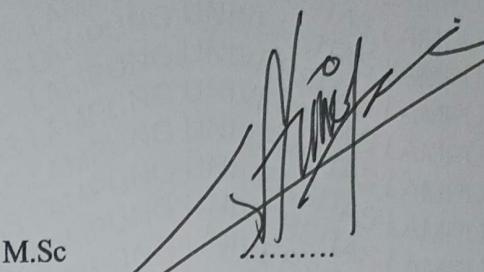
Dr. Ahmad Rifa'i, S.Sos., M.Si.

NIP. 197502042000121001

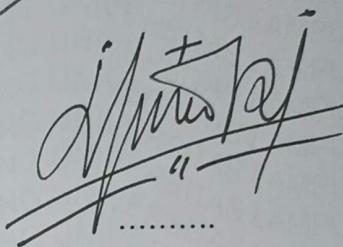
**MENGESAHKAN**

**1. Tim Pengaji**

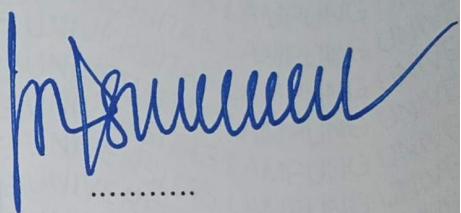
Ketua : Suprihatin Ali, S.Sos., M.Sc



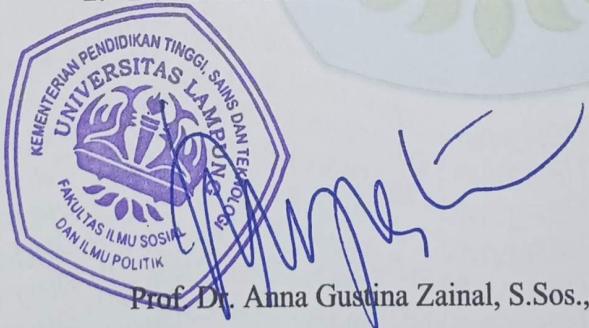
Sekretaris : Jufri Yandes, S.A.B., M.Si



Pengaji : Prasetya Nugeraha, S.A.B., M.Si



**2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si.

NIP. 197608212000032001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: **26 Januari 2026**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana), baik di Universitas Lampung maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah di tulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Bandar Lampung, 26 Januari 2026

Yang membuat pernyataan,



Lely Ervi Setiyawati

NPM 2216051045

## RIWAYAT HIDUP



Penulis Bernama Lely Ervi Setiyawati lahir di Buanasakti, 12 Juni 2004 dan merupakan anak kedua dari dua bersaudara, pasangan Bapak Suwadi dan Ibu Tri Yanti. Latar belakang Pendidikan yang ditempuh oleh penulis yaitu dengan menyelesaikan Pendidikan di Taman Kanak – Kanak PGRI 7 Batanghari pada tahun 2009 – 2010, Sekolah Dasar di SDN 3 Buanasakti pada tahun 2010 – 2016, Sekolah Menengah Pertama di SMPN 3 Sekampung pada tahun 2016 – 2019, dan Sekolah Menengah Atas di MAN 1 Lampung Timur pada tahun 2019 – 2022.

Pada tahun 2022 penulis kembali melanjutkan Pendidikan Tinggi sebagai mahasiswa Strata Satu (S1) Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, Universitas Lampung melalui jalur SNMPTN. Selama perkuliahan penulis aktif dalam Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Ilmu Administrasi Bisnis dan merupakan Kepala Divisi *Marketing* di bidang Kewirausahaan (KWU). Selain itu, penulis juga aktif dalam organisasi Koperasi Mahasiswa (KOPMA) Universitas Lampung serta tergabung dalam organisasi Keluarga Mahasiswa Nahdlatul Ulama (KMNU) sebagai pengurus di bidang kewirausahaan. Penulis telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) selama 40 hari di Desa Palas Jaya, Kecamatan Palas, Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung sebagai bentuk pengabdian pada masyarakat. Penulis juga telah mengikuti beberapa kompetisi Olimpiade sains nasional di bidang ekonomi.

## **MOTTO**

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal itu baik bagimu dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu, padahal itu buruk bagimu.”

(QS. Al-Baqarah: 216)

“Seindah apapun kita merencanakan masa depan, tetap sisakan ruang ikhlas  
bahwa hari esok memang diluar kehendak kita”

(Ustadz Hanan Attaki)

“Hanya karena prosesmu lebih lama dari orang lain, bukan berarti kamu gagal”

(Aji Tri Prasetyo)

“Di balik setiap proses yang berat, selipkan satu alasan untuk tetap melangkah”

(Lely Ervi Setiyawati)

## **PERSEMPAHAN**

### **Alhamdulillahirobbil'alamin**

Dengan mengucapkan segala puji dan syukur atas kehadirat Allah SWT yang telah memberikan berkah dan rahmatnya, sehingga engkau memberikan kekuatan untuk berada di titik ini. Segala puji hanya untuk milikmu Ya Allah.

Dengan penuh rasa syukur dan bahagia, hasil karya ini kupersembahkan kepada:

Kedua orangtuaku tersayang

### **Bapak Suwadi dan Ibu Tri Yanti**

Terimakasih kepada kedua orangtuaku atas segala do'a yang tidak pernah putus, kasih sayang yang tidak terbatas, dan pengorbanan setiap langkah yang selalu kurasakan di setiap langkah ini. Terimakasih selalu mengajari untuk selalu rendah hati dan percaya bahwa aku tidak akan menyerah. Terimakasih untuk nasihat dan jasa-jasa yang diberikan hingga saat ini.

### **Kakakku terbaik Bambang Riyanto**

Terimakasih telah menjadi sosok pelindung dan selalu menyemangati. Nasihatmu yang sederhana namun menguatkan, serta kehadiranmu yang selalu membuat merasa aman, hingga membuatku sampai di tahap ini. Dengan segala perhatian selama ini semoga aku selalu dapat membuatmu bangga.

### **Keluarga Besar dan Sahabat-sahabat**

Terimakasih kepada kelurga besar dan sahabat-sahabatku yang selalu menjadi tempat pulang yang penuh dengan do'a, perhatian, kekuatan, dan kasih sayang yang tidak terbatas. Terimakasih selalu percaya dengan kemampuanku.

**Almamaterku, Universitas Lampung**

## SANWACANA

Alhamdulillahirabbil 'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala, Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat, hidayah, serta nikmat yang tak terhitung jumlahnya. Berkat izin dan kasih sayang-Nya, penulis diberikan kekuatan, kesehatan, serta kesempatan untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Skripsi yang berjudul "**Pengaruh Nilai Biosfer, Kesadaran Lingkungan, Dan Norma Pribadi Terhadap Minat Pengusaha Tapis Di Bandar Lampung Dalam Menerapkan Sustainable Fashion**" ini disusun sebagai salah satu bentuk pemenuhan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Segala proses penyusunan skripsi ini dapat terlaksana dengan lancar tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, doa, serta dukungan dari berbagai pihak yang telah tulus hadir dan menemani penulis dalam setiap langkahnya. Untuk itu, dengan hati yang penuh rasa syukur dan hormat, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Allah SWT. Karena atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis diberikan kekuatan, kesehatan, kesabaran, serta kemudahan dalam menjalani setiap proses hingga akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Ibu Prof. Dr. Anna Gustiana Zainal, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Bapak Prof. Dr. Noverman Duadji, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kerjasama Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
4. Bapak Dr. Arif Sugiono, S.Sos., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Umum dan Keuangan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

5. Bapak Dr. Robi Cahyadi Kurniawan, S.IP, M.A., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
6. Bapak Dr. Ahmad Rifa'i, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
7. Bapak Prasetya Nugraha, S.A.B., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
8. Bapak Suprihatin Ali, S.Sos., M.Sc., Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bimbingan, mengarahkan, serta kesabaran dalam proses penyusunan skripsi ini. Setiap arahan, masukan, serta tantangan akademik yang Bapak berikan menjadi bagian penting dalam membentuk pemahaman dan keteguhan penulis untuk tidak menyerah, sehingga seluruh tahapan penelitian ini dapat dilalui dengan baik hingga mencapai keberhasilan ini.
9. Bapak Jufri Yandes, S.A.B., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Kedua, penulis mengucapkan terima kasih atas kesabaran, dukungan, kepedulian, bimbingan, serta motivasi yang senantiasa diberikan sepanjang proses penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir bimbingan selalu memberikan saran dan kritik positif. Serta dorongan kepercayaan yang Bapak berikan, telah menjadi kekuatan tersendiri bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dan melalui proses ini dengan penuh keyakinan.
10. Bapak Prasetya Nugraha, S.A.B., M.Si. selaku Dosen Pengaji sekaligus Pembimbing Ketiga, penulis mengucapkan terima kasih atas seluruh masukan, saran, dan evaluasi yang diberikan. Arahan yang Bapak sampaikan tidak hanya berperan dalam penyempurnaan skripsi ini, tetapi juga membantu penulis mengenali dan mengembangkan potensi diri.
11. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, atas bimbingan, nasihat, dan ilmu yang diberikan kepada penulis selama masa studi.
12. Bapak dan Ibu Staf Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, atas bantuan, bimbingan, arahan, nasihat,

dan ilmu yang diberikan kepada penulis selama masa studi, terlebih khusus Mas Bambang yang telah memberikan pelayanan, arahan, serta bantuan administrasi selama perkuliahan maupun skripsi ini.

13. Kepada orang tua hebatku, Bapak Suwadi dan Mamak Tri Yanti kedua orang tua yang sangat luar biasa. Walaupun ucapan ini tidak cukup untuk menggantikan semua pengorbanan yang sudah kalian berikan. Namun penulis mengucapkan Terima kasih atas cinta yang tak pernah terucap namun selalu terasa, atas doa yang tak pernah putus. Di setiap langkah perjuangan ini, ada lelah yang Bapak simpan sendiri, dan ada air mata Mamak yang jatuh dalam diam. Kalian adalah alasan penulis bertahan ketika ingin menyerah, dan menjadi cahaya ketika jalan terasa gelap. Doa yang selalu mengalir dan tak pernah putus di setiap langkah ini, kasih sayang yang selalu diberikan dengan ketulusan, kesabaran dan keikhlasan menjadi kekuatan bagi penulis dalam setiap proses perjalanan. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan pengorbanan kalian dengan kesehatan, kebahagiaan, panjang umur untuk melihat setiap langkah pencapaian anak-anaknya, dan keberkahan yang tiada batas.
14. Kakak terhebatku yang bernama Bambang Riyanto, penulis mengucapkan terima kasih karena selalu mendukung, serta atas semua doa yang tidak terdengar tetapi sampai kepada allah lebih dulu. Kakak yang diam-diam menjaga, menguatkan, dan memastikan bahwa penulis selalu baik-baik saja dimanapun. Terima kasih selalu percaya bahwa penulis bisa sampai di tahap ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada kakak ipar yang baik bernama Yesi Oktajayanti, terima kasih atas perhatian, dorongan, dan ketulusan yang diberikan kepada penulis, serta semangat yang diberikan tiada henti. Semoga selalu diberikah keberkahan, kelancaran dan kemurahan rezeki. Terimakasih atas segala perhatian dan dukungan yang sangat berarti hingga penulis menyelesaikan tugas akhir ini.
15. Teruntuk bulek Muji Astuti dan om Edi Siswandoko, yang sudah seperti orang tua kedua penulis, terima kasih atas kasih sayang, perhatian, dan dukungan yang tidak pernah putus sejak kecil hingga penulis bisa sampai di tahap ini. Kehangatan yang selalu kalian berikan, nasihat yang menenangkan, serta selalu

mengarahkanku, menjadikan itu kekuatan besar bagi aku dalam menjalani setiap proses kehidupan. Semoga segala kebaikan dan ketulusan yang kalian berikan dibalas dengan limpahan rahmat dan keberkahan. Terima kasih telah menjadi tempat pulang yang selalu menguatkan.

16. Keponakan yang sangat lucu, yaitu Bisma Devanka Abdilah dan Yasmin Kiana Azzahra, penulis mengucapkan terima kasih karena telah hadir melengkapi keluarga ini dan selalu menghibur penulis dengan tingkah laku kalian yang menggemaskan. Suatu saat ketika kalian sudah besar dan membaca skripsi ini, ingatlah bahwa kalian adalah bagian terindah dalam hidup penulis. Kehadiran kalian, tawa kalian, dan energi positif yang selalu kalian bawa menjadi salah satu alasan penulis mampu bertahan dan menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.
17. Sepupu kecil yang menggemaskan bernama Aruni Mahiswara dan Aqila Islamiyatun, penulis mengucapkan terima kasih karena sering bermain ke rumah dan menemani orangtua penulis ketika penulis berada jauh dari orangtua. Suatu saat ketika kalian membaca bagian ini, ingatlah penulis sayang kepada kalian. Kehadiran kalian dengan tawa dan keceriaan kecil yang kalian bawa selalu menjadi penghibur dan penyemangat bagi penulis, hingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
18. Penulis mengucapkan terima kasih kepada keluarga besar atas doa, dukungan yang senantiasa mengiringi setiap langkah penulis. Semoga segala kebaikan yang diberikan menjadi keberkahan bagi seluruh keluarga besar.
19. Partner perkuliahan sejak menjadi mahasiswa baru, Dwi Munawaroh dan Revi Andaresta. Terima kasih karena telah menjadi salah satu bagian indah dalam perjalanan perkuliahan ini. Terima kasih karena selalu hadir dalam tawa, keluh kesah, dan perjuangan, hingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Perjalanan belum berakhir sampai sini, perjalanan kita masih Panjang gapailah mimpi-mimpi kalian. Semoga kita selalu di lancarkan dan dimudahkan dalam setiap proses kehidupan.
20. Sahabatku Aselole Alda Chandra putri, Khalisa Alifia Zahra, Dina Rahmasari, dan Valiza Shafa Zhafira. Kita memiliki nama panggilan kesayang yaitu Aldoy, Khakak, Dino, dan Lija. Terima kasih karena telah bertahan dan

menjadi bagian cerita indah semasa kuliah ini. Di antara banyak luka, trauma masa lalu yang pernah kita lalui masing-masing terdapat pembelajaran bahwa tumbuh tidak selalu tentang kuat tapi tentang saling menggenggam satu sama lain untuk pulih dari luka-luka itu. Terima kasih sudah menjadi tempat pulang, aman, dan bahkan tempat paling tenang di saat dunia terasa berat. Semoga apapun jalan yang nanti kita tempuh kedepan selalu ingat bahwa kita pernah bersama untuk tumbuh, sembuh perlahan, saling menguatkan satu sama lain dengan ke sederhanaan dan ketulusan. Semoga impian kita selalu tercapai dan lebih banyak lagi kebahagiaan yang kita dapatkan.

21. Ibu Eva Susanna, S.E. Selaku Owner BunQee Craft n Fashion, selaku salah satu pengusaha tapis di bandar lampung yang dengan tulus membuka kesempatan bagi penulis untuk berdiskusi, bertukar informasi, serta memberikan akses untuk bertemu dengan pengusaha tapis lainnya. Semoga kebaikan dan ketulusan yang diberikan menjadi amal baik dan membawa keberkahan.
22. Grup Gabilly, Bima Arifin dan Ega Ariyakudu yang telah menjadi teman selama masa perkuliahan ini. Bersama kalian, penulis belajar bahwa pertemanan tidak selalu hadir dengan mulus, tetapi tumbuh dari rasa saling memahami dan mengerti satu sama lain. Terima kasih atas dukungan dan kebersamaan yang turut menguatkan penulis hingga mampu menyelesaikan skripsi ini. Semoga pertemanan ini terus terjalin dan kita semua dipertemukan kembali dalam keberhasilan dan pencapaian yang lebih besar di masa mendatang.
23. Sahabat seperjuangan dari asrama Al-kahfi, khususnya kamar 6: Marwa, Enzel, Deka, Amila, Najwa, dan Mutia. Penulis ingin menyampaikan terima kasih telah hadir di saat penulis baru memulai kehidupan baru di asrama, ternyata asrama tidak menyeramkan jika di dalamnya bersama orang yang tepat. Kehadiran kalian, dukungan kalian, serta kehangatan persahabatan ini adalah salah satu yang membuat penulis mampu bertahan dan menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.
24. Sahabat sejulangku, yaitu Kusuma, Tahta dan Khusni. Penulis mengucapkan terima kasih atas segala dukungan yang telah diberikan sejak masa sekolah di

MAN 1 Lampung Timur hingga saat ini. Kalian yang selalu mengajarkan penulis untuk menikmati setiap proses kehidupan dan terus bertahan hingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

25. Partner KKN yaitu Azzahra, Afifah, Sheina, Riqki, Ega, dan Khei. Penulis ingin berterima kasih karena bisa dipertemukan sama kalian selama 40 hari di Desa Palas Jaya Lampung Selatan. Sebelumnya penulis sempat merasa takut dengan sistem pembagian kelompok yang bersifat acak, namun, setelah mengenal kalian semua ketakutan itu hilang. Semoga setiap langkah kita ke depan selalu dimudahkan, dan silaturahmi ini tetap terjaga hingga kita berhasil mencapai impian masing-masing. Terima kasih karena dukungan hingga saat ini, menjadi salah satu yang turut menguatkan penulis hingga mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
26. Sahabat dari kecilku, Amellia Felida Putri yang selalu hadir dalam setiap keadaan, baik ketika penulis berada di titik terendah maupun saat meraih berbagai pencapaian. Sejak kecil tumbuh bersama, ia menjadi tempat penulis belajar arti ketulusan, kesetiaan, dan keberanian dalam menjalani hidup. Untuk segala waktu, doa, dan semangat yang telah ia berikan, penulis mengucapkan terima kasih. Semoga persahabatan ini terus terjaga dan menjadi penguat dalam perjalanan hidup ke depan, semoga Allah SWT selalu memudahkan setiap langkah dan impian kita.
27. Terima kasih patner SMP satria, ares, adi, bayu, riko, wafiq, zamil, renaldi, rika, atun, susi, nurul, refa, dan refi. Dari masa remaja yang penuh cerita hingga proses pendewasaan di bangku perkuliahan. Kebersamaan, tawa, dan dukungan kalian selalu menjadi penguat di setiap langkah. Terima kasih telah bertahan bersama waktu dan tetap hadir, meski jarak dan kesibukan sering memisahkan.
28. Teman-teman di jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2022, terimakasih atas kebersamaan, kerja sama, dan perjuangan yang telah di lalui bersama. Semoga keberhasilan yang kita raih ini menjadi langkah awal untuk masa depan yang lebih baik untuk kita semua.
29. Tempat singgahku selama perkuliahan di kos putri dara kinasih kamar 1B dari sini belajar banyak hal bukan hanya tentang kuliah, tapi tentang bertahan, mandiri, dan belajar menjadi dewasa. Kosan ini menjadi saksi bahwa

perjalanan menuju impian itu banyak rintangan namun dari sini penulis menjadi seseorang yang jauh lebih kuat dan mandiri. Di kamar yang sederhana ini menjadi saksi bahwa penulis pernah lelah, menangis, mengeluh, dan tertawa. Bahkan kamar ini menjadi *basecamp* untuk bersama teman-teman seperjuangan, kamar kecil ini menjadi penampung untuk kita semua berkeluh kesah dan bahagia bersama dengan momen-momen seru yang tidak akan bisa terulang lagi. Kini waktunya pamit, ada rasa haru yang sulit dijelaskan. Terima kasih untuk semua kenyamanan, kehangatan, dan cerita yang diberikan. Di balik dinding sederhana ini, banyak sekali cerita yang tersimpan. Tempat ini tidak hanya menjadi tempat tinggal sementara, tapi juga bagian penting dari proses pendewasaanku.

30. Penulis mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri yang telah bertahan dan terus melangkah meskipun perjalanan yang dilalui itu tidak mudah. Terima kasih atas masa yang telah terlewati seperti lelah, ragu, dan bahkan hampir menyerah pada keadaan, namun tetap memilih untuk terus bangkit dan melanjutkan perjuangan. Hidup memang tidak selalu indah, tetapi penulis meyakini bahwa setiap takdir yang ditetapkan Allah selalu menyimpan hikmah dan keindahan. Terima kasih sudah melakukan yang terbaik dan percaya bahwa aku bisa bertahan sampai di titik ini. Semoga seluruh proses yang telah di lalui ini menjadi pembelajaran dan pengingat bahwa bertahan hingga hari ini adalah sebuah pencapaian yang luar biasa. Semoga langkah kedepan selalu diberikan keberkahan, kebahagiaan, ketulusan, serta harapan yang terus tumbuh.

Bandar Lampung, 26 Januari 2026

Lely Ervi Setiyawati

NPM. 2216051045

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR RUMUS .....</b>	<b>vii</b>
<b>I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
<b>II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1 Theory Value Belief Norm .....	10
2.1.1 Definisi Teori <i>Value Belief Norm</i> (VBN) .....	10
2.1.2 Nilai .....	11
2.1.3 Keyakinan .....	11
2.1.4 Norma .....	12
2.2 Nilai Biosfer .....	13
2.2.1 Definisi Nilai Biosfer.....	13
2.2.2 Ciri dan Karakteristik Nilai Biosfer.....	13
2.3 Kesadaran Lingkungan .....	14
2.3.1 Definisi Kesadaran Lingkungan .....	14
2.3.2 Faktor-Faktor Kesadaran Lingkungan.....	15
2.4 Norma Pribadi.....	16
2.4.1 Definisi Norma Pribadi.....	16

2.4.2 Faktor Norma Pribadi .....	17
2.5 Minat Perilaku .....	18
2.5.1 Definisi Minat Perilaku .....	18
2.5.2 Faktor Minat Perilaku .....	18
2.6 Sustainable Fashion .....	19
2.6.1 Definisi <i>Sustainable Fashion</i> .....	19
2.6.2 Prinsip – Prinsip <i>Sustainable Fashion</i> .....	20
2.6.3 Manfaat <i>Sustainable Fashion</i> .....	20
2.7 Penelitian Terdahulu.....	21
2.8 Kerangka Pemikiran .....	25
2.9 Hipotesis Penelitian .....	29
 <b>III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	30
3.2 Populasi dan Sampel.....	30
3.2.1 Populasi .....	30
3.2.2 Sampel .....	30
3.3 Definisi Konseptual & Operasional.....	30
3.4 Sumber Data .....	37
3.4.1 Data Primer.....	37
3.4.2 Data Sekunder.....	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.6 Skala Pengukuran .....	38
3.7 Analisis Statistik Deskriptif.....	39
3.8 Uji Validitas.....	39
3.9 Uji Reliabilitas .....	41
3.10 Analisis Regresi Linier Berganda.....	42
3.11 Uji Asumsi Klasik .....	43
3.12 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	45
3.13 Uji Hipotesis .....	45
3.13.1 Uji Parsial (t).....	46
3.13.2 Uji Simultan (f).....	47

<b>IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
4.1 Gambaran Umum .....	48
4.2 Hasil Analisis Deskriptif .....	51
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif Karakteristik Responden .....	51
4.2.2 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian .....	55
4.3 Hasil Pengujian Instrumen.....	63
4.3.1 Hasil Uji Validitas .....	63
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	65
4.4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	66
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	67
4.5.1 Hasil Uji Normalitas .....	67
4.5.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	69
4.5.3 Hasil Uji Multikolinearitas .....	70
4.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	71
4.6.1 Hasil Uji t.....	72
4.6.2 Hasil uji f .....	75
4.7 Pembahasan .....	76
4.7.1 Pengaruh Nilai Biosfer Terhadap Minat Pengusaha Tapis .....	76
4.7.2 Pengaruh Kesadaran Lingkungan Terhadap Minat Pengusaha Tapis ..	79
4.7.3 Pengaruh Norma Pribadi Terhadap Minat Pengusaha Tapis .....	82
4.7.4 Pengaruh Nilai Biosfer, Kesadaran Lingkungan, Dan Norma Pribadi Terhadap Minat Pengusaha Tapis .....	84
 <b>V. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	 <b>88</b>
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran .....	89
 <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	 <b>92</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>101</b>

## **DAFTAR TABEL**

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	21
Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Operasional .....	32
Tabel 3.2 Skala Pengukuran Kuesioner .....	38
Tabel 4.1 Kategori <i>Mean</i> .....	56
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Nilai Biosfer .....	56
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Kesadaran Lingkungan .....	58
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Norma Pribadi .....	60
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Minat Pengusaha .....	62
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas.....	64
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	65
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Linear .....	66
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	72
Tabel 4.10 Hasil Uji t .....	73
Tabel 4.11 Hasil Uji f .....	76

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 4.1 Tapis Lampung.....	48
Gambar 4.2 Turunan Tapis Lampung .....	50
Gambar 4.3 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
Gambar 4.4 Persentase Responden Berdasarkan Usia.....	52
Gambar 4.5 Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	53
Gambar 4.6 Persentase Responden Berdasarkan Lama Berdirinya Usaha .....	54
Gambar 4.7 Persentase Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan .....	55
Gambar 4.8 Hasil Uji Normalitas (histogram).....	68
Gambar 4.9 Hasil Uji Normalitas ( <i>P-Plotd Regression</i> ).....	68
Gambar 4.10 Hasil <i>Kolmogorov-Smirnov</i> .....	69
Gambar 4.11 Hasil <i>Scatterplot</i> .....	70
Gambar 4.12 Hasil <i>multikolinearitas</i> .....	71

**DAFTAR RUMUS**

<b>Rumus</b>	<b>Halaman</b>
Rumus 3.1 <i>Pearson's Product Moment Correlation</i> .....	40
Rumus 3.2 <i>Alpha Cronbach</i> .....	41
Rumus 3.3 Regresi Linier Berganda .....	42
Rumus 3.4 Uji T ( <i>t-test</i> ) .....	45
Rumus 3.5 Uji F ( <i>F-test</i> ) .....	46
Rumus 3.6 Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	47

## I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

*Fashion* berasal dari Bahasa latin, *factio*, yang berarti membuat atau melakukan. *Fashion* adalah tindakan yang dilakukan seseorang. Namun, *fashion* juga dapat didefinisikan sebagai aspek sosial yang mengandung pesan dan cara hidup individu dan komunitas tertentu yang menjadi bagian dari kultur sosial (THA&Falah 2022;155). Menurut Majidah (2021), *fashion* telah berkembang menjadi cara bagi setiap orang untuk mengungkapkan identitas mereka sebagai ekspresi diri. Di Indonesia, *fashion* mendapat ruang atau perhatian yang sangat besar, terutama di kalangan remaja, mereka terlihat selalu mengikuti tren *fashion*. Menurut Prajawinanti & Purbaningrum (2023) *Fahion* sangat berkaitan dengan remaja wanita karena mereka sangat senang mengikuti tren *fashion* saat ini.

*Fashion* di Indonesia berkembang karena munculnya pesaing baru dan lama serta perkembangan konsep dan pendekatan yang digunakan dalam industri *fashion*. Karena kebutuhan pakaian global, *fashion* memiliki pangsa pasar yang luas (Berliandika, 2022). Menurut Moga Simatupang, Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Kementerian Perdagangan (2022) lebih dari 18% dari total industri kreatif Indonesia menyumbang produk domestik bruto (PDB). Menteri Pariwisata Arief Yahya mengatakan bahwa industri *fashion* semakin penting, dengan kontribusi terhadap PDB kedua setelah sektor ekonomi kreatif (Caratri, 2015). Dari data Badan Pusat Statistik (BPS), industri pakaian jadi dan tekstil mencapai 7,43 pada triwulan ketiga tahun 2024.

*Fashion* bukan hanya tentang penampilan, itu juga menunjukkan prinsip-prinsip yang kita anut. Banyak orang mulai beralih ke *fashion* yang ramah lingkungan

karena kesadaran akan perubahan iklim. Mereka mulai menggunakan pakaian yang terbuat dari bahan organik dan mendukung merek lokal yang menurunkan emisi karbon. *Sustainable fashion* adalah *fashion* yang mengutamakan prinsip-prinsip dari pihak-pihak yang terlibat, terutama dalam hal lingkungan dan kemanusiaan (Qiddist & Wardaya, 2022). Tujuan dari *Sustainable fashion* adalah untuk menyatukan pendapat desainer, produsen, distributor, dan konsumen untuk mendorong *fashion* ke arah yang lebih baik mulai dari produksi hingga konsumsi (Kulsum, 2020).

*Fashion* yang ramah lingkungan tidak hanya memiliki desain dan kualitas yang baik, tetapi juga tetap relevan dari tahun ke tahun untuk generasi berikutnya (Kimbarlina & Enrico, 2021). *Sustainable fashion* adalah upaya untuk menyatukan seluruh industri *fashion* untuk bekerja sama untuk mengubah dan meningkatkan cara memproduksi dan menggunakan pakaian. Ini tidak hanya tentang mengurangi limbah kain dengan menggunakan teknik yang ramah lingkungan, yang termasuk dalam kategori pakaian estetika adalah pakaian yang selalu menarik, abadi, dan tahan lama. Untuk membuat *fashion* yang berkelanjutan, faktor utamanya adalah harus tetap menarik dan tidak terlihat ketinggalan zaman (Sundari *et al.*, 2023).

*Fashion* ramah lingkungan tidak hanya menggunakan bahan yang dapat didaur ulang, tetapi juga menggunakan kain tradisional yang dibuat secara alami dan etis, seperti tapis. Menurut Husnul (2023) kain tapis merupakan kerajinan tradisional yang diajarkan secara turun temurun oleh orang Lampung, berasal sebagai "sarana" untuk mengatur kehidupan masyarakat dengan alam semesta dan lingkungannya. Kain tapis Lampung dibuat melalui beberapa tahap, yang menghasilkan teknik tenun yang sempurna dan penggunaan ragam hias yang terus berkembang seiring dengan perkembangan kebudayaan masyarakat setempat. Menurut Nugroho *et al.*, (2021) tenun tapis Lampung adalah pakaian khas suku Lampung yang dibuat dari benang kapas yang dihiasi motif dengan benang perak atau emas. Biasanya digunakan pada bagian pinggang ke bawah berbentuk sarung yang terbuat dari benang kapas dengan motif alam, flora, dan fauna yang disulam dengan benang perak dan emas.

Kain tapis juga memiliki keunggulan dari aspek keberlanjutan lingkungan dibandingkan dengan praktik *fast fashion*. *Fash fashion* yang di kenal dengan produksi yang cepat, penggunaan bahan baku sintesis yang membutuhkan waktu lama untuk terurai, serta membuat limbah cair yang dapat mencemari lingkungan. Sementara itu, tapis di produksi dengan menggunakan cara tradisional dengan bahan-bahan alami seperti benang dan sutra. Menurut Prastetyo (2025) Proses pembuatannya yang *handmade* tidak hanya mengurangi konsumsi energi dan emisi karbon, tetapi juga menjadikan tapis lebih tahan lama. Selain itu, nilai estetika dan daya tahan tapis yang tinggi, sehingga mengurangi kecenderungan konsumsi berlebihan seperti yang terjadi pada produk *fast fashion*. Dengan demikian, tapis tidak hanya menjadi simbol kearifan lokal, tetapi juga alternatif *fashion* yang sesuai dengan prinsip *sustainable fashion*.

Namun, di balik nilai keberlanjutan pada kain tapis itu sendiri, industri *fashion* secara keseluruhan, termasuk produksinya, masih menyisakan masalah limbah, salah satunya dalam bentuk kain perca. Kain perca merupakan kain sisa potongan yang sudah tidak bernilai jual, namun masih dapat dimanfaatkan kembali dari pada dibuang menjadi sampah. Kain perca berasal dari sisa guntingan kain dari produksi tekstil Fanny (2018); Purnama *et al.*, (2023). Pembuangan kain perca tapis dapat menyebabkan pencemaran lingkungan, terutama mengingat bahwa produksi pakaian yang meningkat turut mendorong naiknya jumlah limbah tekstil. Sekitar 20% limbah produksi global berasal dari sektor tekstil dan pakaian (Meiliani, 2020).

Oleh karena itu, pemanfaatan kain perca ini menjadi sangat relevan tidak hanya sebagai solusi kreatif, tetapi juga sebagai jawaban atas permasalahan lingkungan yang kian mengkhawatirkan. Keunikan penggunaan material kain perca tidak hanya memberikan nilai estetika, tetapi juga dapat meningkatkan etika peduli lingkungan dengan meminimalisir pencemaran. Limbah tekstil seperti kain sisa dapat memicu timbulan sampah yang signifikan.

Menghadapi tantangan ini, daur ulang muncul sebagai salah satu solusi kunci yang tidak hanya mengatasi masalah sampah tetapi juga menciptakan nilai tambah. Menurut Trisunaryanti dalam Hariyatik (2022), Salah satu upaya pengelolaan

sampah yang dapat dilakukan adalah melalui daur ulang (*recycling*), yaitu memanfaatkan kembali barang tidak terpakai atau bekas melalui proses kimia atau fisik untuk diubah menjadi produk baru yang bernilai ekonomis. Tindakan ini tidak hanya mengurangi volume sampah, tetapi juga menghemat pemakaian bahan baku baru, mengurangi polusi, dan menghindari kerusakan lingkungan. Menurut Yahya (2025), Kain tradisional ramah lingkungan seperti tapis umumnya diproduksi menggunakan bahan-bahan alami dan proses yang berkelanjutan. Meskipun terbuat dari serat alami seperti katun, sutra, atau linen yang lebih ramah lingkungan daripada serat sintetis, proses komposisinya tetap membutuhkan waktu yang lama. Jika tidak dikelola dengan baik, limbah kain tradisional dapat menumpuk dan mencemari tanah serta air.

Oleh karena itu, pengelolaan limbah kain tradisional termasuk tapis menjadi sangat urgent untuk diteliti, guna mengurangi dampak lingkungan dan mendukung praktik *sustainable fashion* yang lebih bertanggung jawab. Dengan demikian, *urgensi* penanganan limbah kain tapis ini semakin memperkuat relevansi variabel-variabel yang diteliti, yaitu nilai biosfer, kesadaran lingkungan, dan norma pribadi, terhadap minat perilaku pengusaha tapis. Faktor tersebut menjadi dasar untuk memahami sejauh mana pelaku usaha dapat mengintegrasikan kepedulian terhadap lingkungan dalam proses produksi maupun keputusan bisnis.

Salah satu faktor penting adalah nilai biosfer, yang mendorong kesadaran untuk konservasi lingkungan (Al Mamun *et al.*, 2022). Definisi ini berpusat pada menumbuhkan kepercayaan yang kuat untuk mempertahankan dan melindungi lingkungan. Ini dimulai dengan menyadari bahwa setiap tindakan kecil yang kita lakukan dapat memiliki dampak besar pada masa depan. Kesadaran ini mendorong orang untuk berpartisipasi secara aktif dalam upaya pelestarian lingkungan sehingga dunia menjadi lebih baik untuk generasi mendatang. Menurut Licad *et al.*, dalam Agustin (2025) Nilai ini meningkatkan kepercayaan pada upaya pelestarian lingkungan dan membuat mereka sadar bahwa mereka memiliki tanggung jawab moral utama untuk menjaga kelestarian alam dan keseimbangan ekosistem. Definisi ini berfokus pada nilai-nilai yang kuat tentang keberlanjutan dapat meningkatkan rasa tanggung jawab individu untuk melindungi alam, dengan menginternalisasi

nilai-nilai tersebut, seseorang lebih termotivasi untuk mengambil tindakan yang mendukung pelestarian lingkungan.

Penelitian oleh Trihapsari *et al.*, (2024) mengungkapkan bahwa nilai biosfer sangat berpengaruh dalam memprediksi perilaku berkelanjutan siswa teknik lingkungan. Sementara nilai egois, altruistik, dan hedonik tidak memiliki dampak yang signifikan. Hasilnya menunjukkan bahwa nilai-nilai yang berpusat pada kepentingan sosial atau diri sendiri kurang efektif dalam mendorong praktik keberlanjutan daripada nilai-nilai yang berpusat pada kepedulian terhadap alam dan lingkungan fisik. Selain itu, menurut penelitian yang dilakukan oleh Listiyani *et al.*, (2025) nilai sosial secara langsung berdampak negatif pada persepsi orang tentang pembelian ramah lingkungan, yang pada kesempatannya menyebabkan mereka kurang bersemangat untuk melakukan pembelian hijau. Ini menunjukkan bahwa tekanan norma sosial dan kekhawatiran tentang penilaian orang lain dapat menjadi penghalang kuat bagi perilaku konsumen yang berkelanjutan. Sebaliknya, nilai biosfer dan fungsional terbukti memiliki pengaruh positif yang signifikan menunjukkan bahwa pertimbangan manfaat praktis dan kepedulian terhadap lingkungan lebih efektif dalam membentuk sikap positif dan mendorong pelanggan IKEA Indonesia untuk membeli produk hijau.

Faktor berikutnya kesadaran lingkungan adalah komponen psikologis yang memengaruhi perilaku yang pro-lingkungan. Kesadaran lingkungan adalah konstruksi yang mencakup berbagai aspek yang akan memengaruhi pengetahuan, kepedulian, niat, sikap, tindakan, dan perilaku seseorang. Sangat penting untuk meningkatkan kesadaran pelanggan terhadap lingkungan (Yahya *et al.*, 2022). Seseorang dengan tingkat kesadaran tinggi seharusnya lebih memperhatikan lingkungannya, mungkin dengan mengubah cara mereka membeli sesuatu. Konsumen percaya bahwa semakin banyak perusahaan membeli produk hijau, semakin banyak mereka mendapatkan keuntungan. Akibatnya, konsumen akan menjadi lebih peduli terhadap lingkungan dan lebih baik dalam memproduksi produk hijau (Wang *et al.*, 2020).

Penelitian oleh Nabila (2023) menunjukkan bahwa kesadaran lingkungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keinginan mahasiswa untuk membeli *sustainable fashion*. Tingkat kesadaran lingkungan responden menunjukkan bahwa semakin tinggi kesadaran lingkungan responden, semakin besar kecenderungan mereka untuk membeli *sustainable fashion*. Responden dalam penelitian ini juga menyadari dampak lingkungan dan sosial dari barang-barang *fashion* yang mereka beli. Selain itu peneliti Rahmadania *et al.*, (2025) Generasi Z dianggap memiliki kesadaran lingkungan yang tinggi, terutama tentang efek buruk industri *fashion* seperti polusi dan limbah tekstil. Namun, dalam kehidupan nyata, mereka sering menghadapi konflik antara prinsip keberlanjutan tersebut dengan gaya hidup konsumtif yang dipicu oleh FOMO (*Fear of Missing Out*) dan pengaruh media sosial.

Norma pribadi adalah perasaan yang terinternalisasi dari kewajiban moral untuk bertindak dengan cara tertentu, yang biasanya didasarkan pada nilai-nilai dan keyakinan pribadi. Norma pribadi mencakup keyakinan individu tentang apakah suatu perilaku secara benar atau salah, serta perasaan kewajiban moral untuk mengadopsi atau menghindari perilaku tertentu (Stern, 2000). Norma pribadi adalah rasa tanggung jawab atau kewajiban moral yang dirasakan seseorang untuk berperilaku pro-lingkungan. Norma ini muncul dari kesadaran bahwa setiap tindakan memiliki dampak pada lingkungan, yang mendorong mereka untuk melakukan pilihan dan tindakan yang mendukung keberlanjutan dan menjaga keseimbangan alam (Chua *et al.*, 2016). Kesadaran ini mendorong individu untuk mengambil tindakan dan membuat keputusan yang mendukung keberlanjutan dan menjaga keseimbangan ekosistem.

Peneliti oleh Oseasky (2024) menemukan bahwa norma pribadi memiliki dampak yang signifikan dan positif pada niat dan perilaku berkelanjutan seseorang. Norma pribadi ini didefinisikan sebagai perasaan kewajiban moral yang kuat untuk terlibat dalam perilaku ramah lingkungan. Tingkat norma pribadi responden dalam penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi perasaan kewajiban moral

responden, semakin besar kecenderungan mereka untuk beralih ke arah mengonsumsi produk *fashion* bekas pakai yang bersumber lokal.

Minat perilaku merupakan keinginan seseorang untuk melakukan suatu tindakan tertentu, yang menggambarkan seberapa kuat dorongan individu tersebut untuk berperilaku. Menurut Andrean (2020), seseorang akan bertindak jika memiliki minat atau keinginan untuk melakukannya, meskipun minat ini bersifat dinamis dan dapat berubah seiring waktu. Minat perilaku bukan sekadar keinginan, melainkan minat sadar yang mendasari tindakan nyata guna mencapai tujuan tertentu. Minat berperilaku berperan sebagai motivasi yang memengaruhi tindakan melalui besarnya upaya yang direncanakan (Ajzen, 1991). Penelitian yang dilakukan oleh Putri & Riani (2024), pengetahuan dan kepedulian lingkungan secara signifikan memengaruhi minat beli mahasiswa FEB UNY untuk produk *fashion* yang ramah lingkungan, sikap konsumen berperan sebagai mediator penting. Penelitian menunjukkan bahwa minat beli terhadap produk *sustainable fashion* lebih besar ketika seseorang lebih memahami dan peduli dengan lingkungan. Hasil ini menunjukkan bahwa kesadaran akan pentingnya kelestarian lingkungan dan internalisasi nilai-nilai keberlanjutan membuat konsumen tertarik pada produk ramah lingkungan.

Berdasarkan penelitian Riesgo *et al.*, (2023), masih terdapat kesenjangan literatur karena fokus kajian lebih banyak pada konsumen atau mahasiswa, sementara pelaku usaha khususnya pengusaha tapis di Bandar Lampung belum banyak diteliti. Namun, peran pengusaha sangat krusial dalam menentukan kelangsungan praktik produksi berkelanjutan. Di sisi lain, penerapan teori *Value-Belief-Norm* (VBN) untuk menganalisis minat berperilaku berkelanjutan pada pelaku usaha *fashion* tradisional juga masih terbatas.

Hasil penelitian yang adapun menunjukkan ketidakkonsistenan, seperti temuan Bhavana *et al.*, (2023) yang menyatakan bahwa nilai biosfer dan norma pribadi tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku pro-lingkungan, sedangkan Tusyanah *et al.*, (2024) menyatakan adanya pengaruh yang signifikan. Perbedaan ini menunjukkan bahwa konteks budaya, jenis usaha, dan karakteristik sampel

memiliki peran yang perlu dikaji lebih mendalam. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan dengan mengkaji pengaruh nilai biosfer, kesadaran lingkungan, dan norma pribadi terhadap minat pengusaha tapis di Bandar Lampung dalam menerapkan *sustainable fashion*, yang belum pernah diteliti secara spesifik sebelumnya.

Berdasarkan pembahasan di atas pengusaha semakin memperhatikan masalah *sustainable fashion*. Para pelaku industri *fashion* kini dihadapkan pada tantangan untuk mengelola dampak lingkungan dari proses produksi, beradaptasi dengan praktik bisnis yang lebih bertanggung jawab, serta menyeimbangkan antara tuntutan pasar dan tanggung jawab terhadap kelestarian alam. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Nilai Biosfer, Kesadaran Lingkungan, dan Norma Pribadi terhadap Minat Pelaku Pengusaha Tapis di Bandar Lampung dalam menerapkan Sustainable Fashion”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, maka terdapat rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui:

1. Apakah nilai biosfer berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku pengusaha dalam menerapkan *sustainable fashion*?
2. Apakah kesadaran lingkungan berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku pengusaha dalam menerapkan *sustainable fashion*?
3. Apakah norma pribadi berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku pengusaha dalam menerapkan *sustainable fashion*?
4. Apakah nilai biosfer, kesadaran lingkungan, dan norma pribadi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat perilaku pengusaha dalam menerapkan *sustainable fashion*?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh nilai biosfer terhadap minat perilaku pengusaha dalam menerapkan *sustainable fashion*.
2. Untuk mengetahui pengaruh kesadaran lingkungan terhadap minat perilaku pengusaha dalam menerapkan *sustainable fashion*.
3. Untuk mengetahui pengaruh norma pribadi terhadap minat perilaku pengusaha dalam menerapkan *sustainable fashion*.
4. Untuk mengetahui nilai biosfer, kesadaran lingkungan, dan norma pribadi secara simultan terhadap minat perilaku pengusaha dalam menerapkan *sustainable fashion*.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil yang diperoleh melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

#### **1. Manfaat Teoretis**

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi kontribusi terhadap kemajuan kajian pemasaran, dalam bidang yang diminati peneliti. Peneliti ini memiliki tujuan untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan peneliti tentang nilai biosfer, kesadaran lingkungan, dan norma pribadi terhadap minat perilaku pengusaha dalam menerapkan *sustainable fashion*. Penelitian ini di harapkan dapat memberikan pengembangan keilmuan untuk penelitian selanjutnya.

#### **2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan arahan pemerintah dan lembaga yang terkait untuk membuat kebijakan yang mendukung dalam menerapkan *sustainable fashion* di industri tapis dan meningkatkan kesadaran lingkungan bagi pengusaha. Selain itu, penelitian ini tidak hanya membantu pengusaha tapis dalam meningkatkan citra merek, tetapi juga memberikan pengusaha cara untuk meningkatkan usaha yang lebih efektif dan inovatif melalui penerapan nilai biosfer dan kesadaran lingkungan.

## II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Theory Value Belief Norm

#### 2.1.1 Definisi Teori *Value Belief Norm* (VBN)

Teori *Value-Belief-Norm* (VBN) merupakan salah satu kerangka teoretis yang banyak digunakan dalam psikologi lingkungan untuk menjelaskan dan memprediksi perilaku pro-lingkungan. Stern *et.al.*, (2000) berpendapat bahwa VBN menyediakan kerangka kerja yang komprehensif untuk memahami bagaimana orientasi nilai yang mendalam pada individu misalnya, altruisme atau egoisme, memengaruhi persepsi mereka terhadap ancaman lingkungan, yang kemudian mengaktifkan rasa kewajiban moral untuk bertindak, dan pada akhirnya menyebabkan perilaku yang mendukung keberlanjutan lingkungan. Menurut Stern (2000) yang menyatakan bahwa perilaku pro-lingkungan dibentuk oleh serangkaian variabel yang saling terkait, dimulai dari nilai-nilai dasar individu.

Menurut Stern (2000), teori *Value-Belief-Norm* berkaitan dengan variabel-variabel pembentukan perilaku pro-lingkungan. Teori ini beranggapan bahwa terdapat tiga orientasi nilai utama yang relevan untuk memahami sikap, preferensi, dan perilaku pro-lingkungan, yaitu nilai biosfer, altruistik, dan egoistik. Studi terbaru oleh Steg *et al.*, (2014) kemudian memodifikasi teori ini dengan menambahkan dimensi orientasi nilai hedonik, yang juga ditemukan relevan dalam memengaruhi perilaku pro-lingkungan. Teori ini menekankan bahwa perilaku pro-lingkungan adalah hasil dari proses kognitif yang melibatkan evaluasi nilai, pembentukan keyakinan, dan aktivasi norma moral. Penggunaan VBN dalam penelitian memungkinkan identifikasi prediktor internal yang kuat terhadap perilaku pro-lingkungan, seperti

yang ditunjukkan dalam studi tentang kesadaran lingkungan dan niat beli (Afianto & Waskito, 2025).

### **2.1.2 Nilai**

Nilai dalam Teori VBN didefinisikan sebagai prinsip dasar yang mengarahkan dan memengaruhi pembentukan keyakinan lingkungan seseorang. Menurut Afianto & Waskito (2025) orientasi nilai didefinisikan sebagai prinsip yang dapat memandu dan mempengaruhi bagaimana seseorang membentuk keyakinan lingkungannya. Terdapat empat orientasi yaitu nilai biosfer, altruistik, egoistik, dan hedonik dianggap relevan untuk perilaku pro-lingkungan. Orientasi nilai biosfer yang tinggi cenderung mempertimbangkan dampak lingkungan dalam segala sesuatu yang mereka lakukan dan pikirkan.

Selain nilai biosfer, nilai altruistik mengutamakan kebaikan orang lain, baik sesama manusia maupun generasi berikutnya. Karena mereka peduli dengan bagaimana lingkungan memengaruhi orang lain, orang dengan nilai altruistik tinggi termotivasi untuk bertindak pro-lingkungan. Nilai egoistik adalah prinsip yang mengutamakan kepentingan dan keuntungan pribadi seseorang. Stern (2000) menyatakan bahwa nilai egoistik adalah bentuk fokus pada diri sendiri, di mana keputusan dibuat berdasarkan manfaat dan dampak bagi diri sendiri. Nilai egoistik tidak memiliki hubungan dengan perilaku pro-lingkungan, sebaliknya nilai hedonik berfokus pada mendapatkan kesenangan dan perasaan positif pribadi. Hasil penelitian ini menunjukkan hubungan negatif yang signifikan antara nilai hedonik dan perilaku pro-lingkungan. Ini menunjukkan bahwa semakin banyak perhatian orang terhadap kesenangan pribadi mereka, semakin kecil kemungkinan mereka untuk berperilaku dengan cara yang meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan.

### **2.1.3 Keyakinan**

Keyakinan dalam model VBN merujuk pada persepsi individu tentang konsekuensi dari masalah lingkungan dan efektivitas tindakan pro-lingkungan. Keyakinan ini

berfungsi sebagai jembatan antara nilai-nilai abstrak dan norma pribadi yang lebih spesifik. Ada dua jenis keyakinan utama yang ditekankan dalam VBN:

### 1. Keyakinan Konsekuensi Lingkungan

keyakinan individu bahwa kondisi lingkungan yang memburuk akan memiliki konsekuensi negatif bagi nilai-nilai yang mereka pegang. Misalnya, seseorang dengan nilai biosferik tinggi mungkin memiliki keyakinan kuat bahwa polusi akan merusak ekosistem konsekuensi negatif bagi nilai biosferik. Keyakinan ini memunculkan ancaman terhadap nilai-nilai yang penting bagi individu. Penelitian Kusumawati *et al.*, (2023) mengukur pemahaman tentang persepsi risiko lingkungan memengaruhi perilaku, seperti dalam studi tentang minat beli produk ramah lingkungan.

### 2. Keyakinan Atribusi Tanggung Jawab

Keyakinan bahwa setiap orang bertanggung jawab secara pribadi untuk menghentikan atau mengurangi dampak negatif lingkungan. Setelah mengetahui akibatnya, orang menilai seberapa besar mereka bertanggung jawab atas masalah atau solusinya. Keyakinan ini mencakup bukan hanya pengetahuan nyata tetapi juga pandangan pribadi individu tentang risiko dan tanggung jawab. Pengukuran seperti ini sangat penting untuk mengetahui seberapa besar peran yang dapat dimainkan orang dalam menyelesaikan masalah lingkungan (Afianto & Waskito, 2025).

#### **2.1.4 Norma**

Dalam teori VBN, norma pribadi adalah perasaan internal tentang apa yang benar atau salah dan apa yang seharusnya dilakukan dalam situasi tertentu. Nilai-nilai ini diaktifkan oleh keyakinan tentang konsekuensi lingkungan dan tanggung jawab yang diberikan, untuk menghasilkan norma pribadi yang bertindak pro-lingkungan. Stern (2000) menjelaskan bahwa norma pribadi adalah perasaan kewajiban moral untuk melakukan atau tidak melakukan tindakan tertentu. Norma pribadi berbeda dari norma sosial yang diharapkan dari kelompok sosial karena bersifat internal dan didasarkan pada sistem nilai dan keyakinan individu. Aktivasi norma pribadi mendorong perilaku pro-lingkungan karena individu merasa memiliki kewajiban moral untuk bertindak sesuai dengan nilai dan keyakinan mereka.

## 2.2 Nilai Biosfer

### 2.2.1 Definisi Nilai Biosfer

Nilai biosfer merupakan kepedulian perlindungan lingkungan dan keberlanjutan, nilai ini mendorong perilaku pro-lingkungan, seperti pembelian produk ramah lingkungan dan dalam upaya perlindungan lingkungan (Imaningsih *et al.*, 2023). Nilai biosfer memprioritaskan keputusan individu berdasarkan dampak lingkungan, di mana nilai ini memiliki pengaruh kuat dan konsisten terhadap preferensi minat serta karakteristik ramah lingkungan (Tiwari, 2023). Ketika individu memiliki nilai biosfer yang tinggi maka akan memberikan perhatian yang lebih dalam kelestarian alam dan membuat keputusan yang mempertimbangkan dampak lingkungan. Dengan demikian, nilai biosfer berkaitan dengan perilaku hijau (Wang X *et.al.*, 2021). Nilai biosfer dapat membentuk sikap yang pada akhirnya memengaruhi cara individu memandang, merencanakan, dan bertindak dalam keputusan pembuatan produk ramah lingkungan (Kautish *et.al.*, 2019). Semakin penting nilai biosfer membuat permintaan akan produk ramah lingkungan menjadi tinggi.

### 2.2.2 Ciri dan Karakteristik Nilai Biosfer

1. Berikut ciri-ciri dari nilai biosfer diantaranya :

a. Kepedulian Holistik Terhadap Ekosistem

Nilai biosfer dalam kerangka VBN menekankan kepedulian terhadap seluruh komponen ekosistem, bukan hanya fokus pada kepentingan manusia. Nilai ini memandang alam memiliki hak intrinsik untuk dilindungi, terlepas dari manfaatnya bagi manusia. Nilai biosfer cenderung mendukung perlindungan alam meskipun tidak memberikan keuntungan langsung.

b. Pandangan *Ecocentric* sebagai Dasar Moral

Nilai biosfer menempatkan alam sebagai pertimbangan moral dan etika. Dalam teori VBN, orientasi ini membentuk keyakinan bahwa kerusakan lingkungan merupakan pelanggaran moral yang serius.

c. Pendorong Perilaku Pro-Lingkungan

Nilai biosfer berfungsi sebagai tindakan pro-lingkungan. Dalam kerangka VBN, nilai ini membuat kesadaran akan dampak dan rasa tanggung jawab yang kemudian diterapkan ke dalam perilaku nyata.

## 2. Karakteristik Nilai Biosfer

Ada empat karakteristik yang membentuk orientasi nilai biosfer (Bouman *et al.*, 2018):

- a. Polusi, memberitahu betapa pentingnya mengurangi pencemaran lingkungan dan bagaimana hal itu berdampak pada ekosistem.
- b. Perlindungan dalam keanekaragaman hayati dan habitat alami. Ini mencakup upaya konservasi untuk mempertahankan ekosistem dan spesies yang terancam punah.
- c. Penghormatan, memberitahu betapa pentingnya rasa hormat kepada semua bentuk kehidupan dan ekosistem, termasuk memahami bahwa alam memiliki nilai intrinsik dan betapa pentingnya memiliki hubungan yang harmonis antara manusia dan lingkungan.
- d. Persatuan, menegaskan bahwa berbagai pihak, termasuk pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta, harus bekerja sama dan bekerja sama untuk mencapai tujuan keberlanjutan dan perlindungan lingkungan.

### 2.3 Kesadaran Lingkungan

#### 2.3.1 Definisi Kesadaran Lingkungan

Kesadaran lingkungan adalah sikap maupun tindakan yang diarahkan untuk memahami pentingnya lingkungan yang bersih, sehat, dan sebagainya. Kesadaran lingkungan dapat dilihat dari pengusaha maupun tindakan seseorang dalam keadaan merasa bebas dan tidak tertekan (Amos 2008; Sugiarto & Gabriella, 2020). Adapun kesadaran lingkungan terdiri dari komponen kognitif, sikap, dan perilaku (Schlegelmilch *et al.*, 1996; Shafie *et al.*, 2021). Komponen kognitif tersebut merupakan pengetahuan tentang lingkungan yang dimiliki seseorang tentang isu-isu lingkungan yang sedang terjadi. Sikap didasarkan pada perilaku seseorang terhadap lingkungan, seperti kepedulian seseorang dalam lingkungan. Oleh karena

itu perilaku kesadaran lingkungan dilakukan dengan kesadaran penuh tanpa perlu adanya motivasi dari luar.

Kesadaran lingkungan merupakan psikologis dan sosiologis yang kompleks, merefleksikan tingkat pemahaman, kepedulian, dan kepekaan individu terhadap isu-isu ekologis yang berkembang. Lebih dari sekadar akumulasi informasi, kesadaran ini juga mencakup internalisasi nilai-nilai lingkungan yang kemudian termanifestasi dalam sikap proaktif dan upaya nyata yang dilakukan seseorang dalam menjaga harmoni hubungan antara aktivitas antroposentris dan kondisi lingkungan alam, dengan tujuan akhir untuk meningkatkan kualitas hidup secara berkelanjutan (Murniawaty, 2019). Menurut Kusumawati *et al.*, (2023) lebih lanjut mendefinisikan kesadaran lingkungan sebagai pemahaman mendalam individu mengenai tindakan manusia dan dampaknya terhadap lingkungan, yang pada gilirannya memampukan individu untuk berkontribusi dalam menciptakan lingkungan yang sehat dan meningkatkan kesejahteraan kolektif.

### **2.3.2 Faktor-Faktor Kesadaran Lingkungan**

Kesadaran lingkungan adalah kombinasi dari pengetahuan, sikap dan tindakan. Kemudian menurut Kokkinen (2013) tiga elemen tersebut menjadi indikator yang mempengaruhi kesadaran individu seseorang sebagai berikut :

#### **1. Pengetahuan**

Definisi pengetahuan tentang lingkungan sebagai pengenalan terhadap kebenaran, fakta, dan prinsip (Rahmadani 2023). Lingkungan mencakup informasi tentang masalah lingkungan dan faktor penyebab (Lathifah, 2020). Seseorang dapat meningkatkan kesadaran tentang lingkungannya melalui pemahaman yang mereka miliki. Menurut Rahmadani (2023), ada tiga komponen pengetahuan tentang lingkungan yaitu pengetahuan tentang masalah lingkungan, pengetahuan tentang hubungan sebab-akibat dari masalah lingkungan, dan pengetahuan tentang kemungkinan pengadaan kegiatan ramah lingkungan.

## 2. Sikap

Sikap merupakan respons internal individu dalam menanggapi stimulus dari lingkungan. Menurut Newcomb ahli psikologi sosial dalam Sugiarto (2020), sikap adalah suatu kesiapan atau predisposisi psikologis untuk melakukan tindakan. Menurut Rahmadani (2023), adalah untuk memperbaiki lingkungan yang didasarkan pada nilai dan sikap seseorang. Sikap ini termasuk kekhawatiran seseorang tentang masalah lingkungan serta kesadaran akan tanggung jawab (Lathifah, 2020). Menurut Rahmadani (2023), aspek-aspek motivasi diantaranya yaitu memberi perhatian pada masalah lingkungan, memahami kekuatan diri sendiri, mengakui tanggung jawab atas tindakan yang dilakukannya, dan memiliki keinginan untuk bertindak.

## 3. Tindakan

Tindakan merupakan kemampuan personal untuk bertindak. Memiliki keinginan untuk bertindak ramah lingkungan dan tahu tentang masalah lingkungan, tetapi tidak dapat bertindak ramah lingkungan karena tidak memiliki keterampilan. Memunculkan sikap ramah lingkungan membutuhkan keterampilan dan kemampuan untuk bertindak supaya dapat mengubah lingkungan (Lathifah, 2020). Aspek aspeknya diantaranya yaitu mampu untuk bertindak di bidang kehidupan dalam pekerjaan, mampu bertindak di bidang kehidupan dalam lingkup yang diminati, dan mampu untuk mengubah tindakan menjadi suatu yang rutin.

## 2.4 Norma Pribadi

### 2.4.1 Definisi Norma Pribadi

Norma pribadi adalah salah satu aspek dalam psikologi lingkungan yang secara berpengaruh terhadap niat dalam perilaku pro-lingkungan. Bemberg & Moser (2007) norma pribadi disebut sebagai norma moral yang berarti perasaan mendalam terhadap kewajiban moral dalam tindakan pro-sosial, dalam perilaku pro-lingkungan yang berarti adanya dorongan internal dan tanggung jawab untuk melakukan tindakan dengan cara yang mendukung kelestarian lingkungan. Norma pribadi dapat bersifat intrinsik, yang berfokus dalam sistem nilai dan keyakinan

norma pribadi, atau dapat pula yang terbentuk melalui internalisasi sosial dan moral dalam komunitas. Fakhruddin *et al.*, (2023) menyatakan norma pribadi membentuk kesadaran individu untuk mempedulikan lingkungan, pada kapasitas individu untuk merasakan kewajiban moral yang baik, membuat keputusan yang konsisten dengan mempedulikan nilai-nilai lingkungan, dan menunjukkan konsistensi dalam tindakan pro-lingkungan.

#### 2.4.2 Faktor Norma Pribadi

Norma pribadi terdapat faktor kesadaran akan konsekuensi mengacu pada pemahaman individu bahwa tindakan memiliki dampak langsung atau tidak langsung terhadap lingkungan. Menurut Stern *et al.*, (2000) kesadaran ini merupakan tahap kritis sebelum norma pribadi terbentuk, karena individu harus terlebih dahulu mengenali hubungan antara perilaku mereka. Peningkatan kesadaran ini dapat diperkuat melalui edukasi, atau intervensi sosial, yang pada gilirannya membuat pembentukan norma pribadi.

Atribusi tanggung jawab merujuk pada sejauh mana individu merasa dirinya secara pribadi bertanggung jawab atas konsekuensi negatif dari tindakan mereka terhadap lingkungan. Menurut Schwartz (1977), menekankan bahwa tanpa perasaan tanggung jawab ini, kesadaran akan konsekuensi saja tidak cukup untuk membuat norma pribadi. Penting untuk diketahui bahwa atribusi tanggung jawab juga dipengaruhi oleh *locus of control* (keyakinan tentang kemampuan diri untuk mengubah situasi), di mana individu dengan internal *locus of control* cenderung lebih mudah mengembangkan norma pribadi pro-lingkungan. Oleh karena itu kedua faktor ini saling berinteraksi dalam proses pembentukan norma pribadi. Model VBN menjelaskan bahwa kesadaran akan konsekuensi merupakan prasyarat untuk tanggung jawab, dan kombinasi keduanya memunculkan perasaan kewajiban norma pribadi yang akhirnya mendorong perilaku pro-lingkungan.

## 2.5 Minat Perilaku

### 2.5.1 Definisi Minat Perilaku

Minat perilaku merupakan keinginan seseorang untuk melakukan suatu tindakan tertentu, yang menggambarkan seberapa kuat dorongan individu tersebut untuk berperilaku. Menurut Andrean (2020), seseorang akan bertindak jika memiliki minat atau keinginan untuk melakukannya, meskipun minat ini bersifat dinamis dan dapat berubah seiring waktu. Minat perilaku bukan sekadar keinginan, melainkan minat sadar yang mendasari tindakan nyata guna mencapai tujuan tertentu. Minat berperilaku berperan sebagai motivasi yang memengaruhi tindakan melalui besarnya upaya yang direncanakan (Ajzen, 1991).

Meski demikian, minat dan perilaku adalah dua hal yang berbeda, minat merupakan keinginan yang belum terealisasi, sementara perilaku adalah implementasi nyata dari keputusan yang diambil berdasarkan minat tersebut. Minat ini tidak hanya melibatkan rasa senang, tetapi juga dorongan internal yang mendorong partisipasi aktif dalam suatu kegiatan. Dengan demikian, minat berperilaku bukanlah sekadar ketertarikan, melainkan lebih pada kesiapan yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan tertentu terhadap objek, situasi, atau aktivitas.

### 2.5.2 Faktor Minat Perilaku

Menurut Haditono Sri (2013), minat seseorang dapat dipengaruhi oleh dua faktor utama:

#### 1. Faktor Internal (Intrinsik)

Faktor Internal yaitu dorongan yang berasal dari dalam diri individu itu sendiri, di mana seseorang melakukan suatu aktivitas karena adanya kesenangan dan kepuasan pribadi dalam melakukannya. Dalam hal ini, minat muncul secara otentik dari keinginan diri tanpa adanya tekanan atau imbalan eksternal, individu tersebut melakukan kegiatan karena nilai intrinsik yang melekat pada aktivitas tersebut.

#### 2. Faktor Eksternal (Ekstrinsik)

Faktor eksternal yaitu pengaruh yang berasal dari luar diri individu, dimana

seseorang melakukan suatu aktivitas karena adanya dorongan dan tuntutan dari lingkungan eksternal. Minat dalam konteks ini muncul sebagai respon terhadap faktor-faktor di luar diri, seperti tekanan sosial, atau kewajiban tertentu yang mengharuskan seseorang untuk melakukan aktivitas tersebut.

## 2.6 Sustainable Fashion

### 2.6.1 Definisi *Sustainable Fashion*

*Sustainable fashion* adalah pendekatan yang menghubungkan prinsip keberlanjutan ke dalam setiap langkah dalam industri, mulai dari perancangan, pembuatan, penyaluran, hingga pemakian oleh pelanggan. Fletcher (2021) menjelaskan bahwa *sustainable fashion* tidak hanya mengutamakan penggunaan bahan yang ramah lingkungan tetapi juga memperhatikan dalam suatu produk, seperti mengatasi sisa produk. *Sustainable fashion* ini tidak hanya menghasilkan kualitas tinggi, tetapi juga memberikan manfaat nyata bagi kesejahteraan pekerja. Selanjutnya, Ninimaki (2024) menyatakan bahwa desain dan inovasi yang inovatif, penggunaan bahan yang ramah lingkungan, dan produksi yang bertanggung jawab adalah semua bagian dari konsep *sustainable fashion*. *Sustainable fashion* mengutamakan inovasi dan kesadaran dampak sosial untuk menunjukkan bahwa itu tidak hanya mempertimbangkan faktor lingkungan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pendekatan *sustainable fashion* adalah pendekatan penting untuk menghadapi tantangan industri mode saat ini. *sustainable Fashion* menekankan penggunaan bahan yang ramah lingkungan dan mempertimbangkan setiap langkah produk, dari desain hingga pengelolaan limbah, sehingga menjaga seluruh proses untuk membantu alam dan masyarakat. Oleh karena itu, metode ini tidak hanya memenuhi permintaan pasar untuk pakaian yang indah dan tahan lama, tetapi juga menyelesaikan ketimpangan sosial dan masalah lingkungan untuk membentuk ekosistem mode yang lebih bertanggung jawab terhadap lingkungan.

### **2.6.2 Prinsip – Prinsip *Sustainable Fashion***

Menurut Stankeviciute & Jarmalaviciute, (2025) *sustainable fashion* memiliki beberapa prinsip utama diantaranya:

1. Pakaian yang dibuat dengan kualitas yang tinggi serta bisa dipakai lebih lama sehingga dapat mengurangi sampah tekstil.
2. Pembuatan proses pakaian yang memperhatikan kesejahteraan pekerja, seperti gaji yang adil dan sesuai serta kondisi kerja yang layak.
3. Konsep ekonomi sirkular yang diterapkan dengan mendaur ulang pakaian atau bahan bekas untuk mengurangi kebiasaan membeli produk yang berlebihan.
4. Konsumen yang perlu sadar akan dampak belanja *fashion* dan memilih produk yang lebih bertanggung jawab.
5. Model pakaian yang unik atau hasil daur ulang justru bisa menjadi solusi untuk tidak terus menerus membeli *fashion* yang baru.

### **2.6.3 Manfaat *Sustainable Fashion***

Dalam penerapan *sustainable fashion* memiliki berbagai manfaat signifikan terdiri dari faktor lingkungan, ekonomi, dan sosial. Menurut (Shafie *et al.*, 2021) dari hasil wawancara mendalam dengan para ahli industri *fashion*, terdapat empat manfaat utama dari penerapan *sustainable fashion* diantaranya :

1. Mengurangi dampak polusi lingkungan

Meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan adalah keuntungan utama dari mode hijau. Ini adalah cara yang bijak untuk mengurangi kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh produksi pakaian. Menggunakan bahan baku alami dan proses produksi yang ramah lingkungan

2. Peningkatan kenyamanan konsumen

Manfaat selanjutnya dari *sustainable fashion* adalah kenyamanan konsumen. Pakaian yang terbuat dari bahan alami mungkin lebih nyaman digunakan dan bahkan lebih baik untuk kesehatan. karena bahan ramah lingkungan dapat beradaptasi dengan iklim lokal, meningkatkan kenyamanan.

### 3. Eisiensi biaya

*Sustainable fashion* sebenarnya dapat menghemat uang, terutama dalam jangka panjang, meskipun selalu dikaitkan dengan biaya yang lebih tinggi. Penggunaan bahan keberlanjutan melalui teknik daur ulang dan *upcycling* dapat mengurangi biaya produksi. Karena limbah dan inovasi dapat digunakan untuk membuat produk baru, industri ini dapat mengurangi anggaran yang signifikan.

### 4. Peningkatan pembangunan sosial

*Sustainable fashion* dapat membantu menciptakan lapangan kerja, *fashion* yang tahan lama sangat penting untuk pembangunan sosial. *Sustainable fashion* menekankan penggunaan bahan lokal dan proses produksi yang ramah lingkungan dapat menciptakan lapangan kerja baru dan memperkuat rantai nilai ekonomi lokal.

## 2.7 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini tidak terlepas dari hasil penelitian terdahulu yang menjadi sumber acuan, serta pedoman bagi peneliti dalam melakukan penelitian ini. Adapun sumber penelitian yang menjadi referensi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 2.1 berikut ini:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan
Arzaq <i>et al.</i> , (2024)	Penerapan <i>Sustainable Fashion</i> dan <i>trend Forecasting</i> di butik Wilsen Willim	Hasil penelitian berfokus pada industri <i>fashion</i> di butik wilsen willim, menggunakan pendekatan analisis penerapan <i>Sustainable Fashion</i> , yang menekankan pentingnya dari estetika dan dampaknya terhadap konsumen.	Penelitian ini fokus pada industri tapis di Bandar Lampung, menggunakan metode kuesioner atau survei untuk mengukur minat pengusaha dalam menerapkan <i>Sustainable Fashion</i> yang dapat memberikan wawasan tentang potensi keberlanjutan.

Riesgo <i>et al.</i> , (2023)	<i>Drivers and barriers for Sustainable Fashion consumption in Spain: a comparison between sustainable and nonsustainable consumers.</i>	Penelitian ini berfokus pada konsumen <i>fashion</i> berkelanjutan di Spanyol, yang mengidentifikasi adanya <i>attitude-behavior gap</i> ketidaksesuaian antara niat dan tindakan konsumsi konsumen.	Penelitian ini lebih pada pengusaha tapis dan penerapan <i>Sustainable Fashion</i> di Bandar Lampung, memperhatikan kesiapan dan tantangan yang dihadapi pengusaha tapis dalam menerapkan <i>Sustainable Fashion</i> , serta persepsi pasar dan potensi keuntungan yang dapat diperoleh.
Ghazali <i>et al.</i> , (2019)	<i>Pro-Environmental Behaviours and Value-Belief-Norm Theory: Assessing Unobserved Heterogeneity of Two Ethnic Groups</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai biosfer, kesadaran lingkungan, dan norma pribadi secara signifikan membentuk perilaku pro-lingkungan, dengan norma sosial berperan sebagai penguat yang dipengaruhi perbedaan budaya.	Penelitian ini pada pengusaha tapis di Bandar Lampung dengan mempertimbangkan kearifan lokal dan identitas budaya Lampung, sebagai bentuk nilai biosfer, kesadaran lingkungan, norma pribadi dan dorongan sosial dari komunitas pengusaha dapat menjadi pendorong utama minat menerapkan <i>sustainable fashion</i>
Shafie <i>et al.</i> , (2021)	<i>Fashion Sustainability: Benefits of Using Sustainable Practices in Producing Sustainable Fashion Designs</i>	Penelitian ini membahas Fesyen berkelanjutan memberikan empat manfaat: mengurangi polusi, meningkatkan kenyamanan, menekan biaya produksi, dan mendukung	Penelitian ini mengkaji minat dan motivasi psikologis pengusaha tapis Bandar Lampung dalam mengadopsi <i>Sustainable Fashion</i> , dengan analisis nilai, keyakinan, dan norma pribadi

		pembangunan sosial.	untuk memahami faktor pendorong praktik keberlanjutan.
Arya <i>et al.</i> , (2023)	<i>Value Behaviour Norm Theory Approach to Predict Private Sphere Pro-Environmental Behaviour among University Students</i>	Penelitian ini membahas bahwa perilaku pro-lingkungan (PEB) mahasiswa India di ranah privat dipengaruhi nilai altruistik dan egoistik, serta keyakinan ekologis (NEP) dan tanggung jawab (AR), dengan model VBN menjelaskan 65,6% varians. Nilai biosferik dan norma pribadi (PPN) tidak signifikan.	Penelitian ini lebih mengarah pada <i>Sustainable Fashion</i> yang lebih mempengaruhi nilai biosfer dan norma pribadi karena dengan dampak ekologis dalam industri <i>fashion</i> . Penerapan teori VBN perlu di sesuaikan dengan konteks pendekatan yang akan di teliti.
Tusyanah <i>et al.</i> , (2024)	<i>Exploring the Role of Personal Norms and Environmental Concerns in Pro-Environmental Behavior: A Value-Belief-Norm Theory Perspective</i>	Penelitian ini berfokus pada mahasiswa menemukan norma pribadi (PN) sebagai faktor utama perilaku pro-lingkungan, dengan nilai biosferik (BV) berpengaruh langsung.	Penelitian ini akan berokud pada pengusaha tapis yang menekankan nilai biosfer, kesadaran lingkungan, dan norma pribadi sebagai tanggung jawab moral dan sebagai pendorong utama minat pengusaha dalam menerapkan <i>Sustainable Fashion</i> .
Agustin (2025)	<i>Value-Belief-Norm Theoretical Approach to Measuring Sustainable Consumption Behavior in Bandar Lampung</i>	Penelitian ini tentang nilai biosferik memengaruhi kesadaran lingkungan Generasi Z di Bandar Lampung,	Penelitian ini mengungkap bahwa pada pengusaha tapis di bandar lampung, mempengaruhi nilai biosfer, membentuk norma

	<i>Bandar Lampung City</i>	yang kemudian membentuk norma pribadi dan mendorong perilaku konsumsi berkelanjutan. Norma pribadi menjadi faktor kunci dalam meningkatkan niat berperilaku ramah lingkungan. Menggunakan hasil analisis SEM-PLS	profesional yang kompleks, <i>Sustainable Fashion</i> pada pengusaha menunjukkan perlunya penyesuaian model VBN untuk konteks bisnis. Penelitian ini menggunakan SPSS dalam mengukur variabelnya.
Putri <i>et al.</i> , (2024)	Analisis Determinan Minat Beli Produk <i>Sustainable Fashion</i>	Dengan sikap konsumen sebagai variabel mediasi, penelitian ini melihat bagaimana pengetahuan lingkungan dan kepedulian lingkungan memengaruhi minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Yogyakarta untuk membeli produk <i>Sustainable Fashion</i> .	Penelitian ini berfokus pada minat pengusaha dalam menerapkan <i>Sustainable Fashion</i> . Memiliki target responden ke pelaku bisnisnya dengan menggunakan kuesioner. Penelitian ini menuju model <i>fashion</i> yang lebih bertanggung jawab secara lingkungan dan sosial.
Sofriana <i>et al.</i> , (2023)	<i>Towards Green Behavior: Egoistic And Biospheric Values Enhance Green Self-Identities</i>	Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis nilai egoistik, biosfer dan identitas diri hijau berpengaruh terhadap niat pembelian hijau di Indonesia. Dengan menggunakan pendekatan penelitian <i>purposive nonprobability sampling</i> , dengan teknik kuesioner dan	Penelitian ini berfokus pada pengaruh nilai biosfer, kesadaran lingkungan, dan norma pribadi terhadap minat pengusaha tapis di bandar lampung. Pengumpulan data melalui kuesioner dan di analisis menggunakan SPSS. Penelitian ini berfokus pada

		analisisnya menggunakan data PLS.	pengusaha bukan ke konsumennya.
Bagus (2019)	Pengaruh Kesadaran Lingkungan Terhadap Persepsi Konsumen Dan Niatbeli Produk Lampu Led Philips Dikota Denpasar	Penelitian ini adalah Kesadaran lingkungan terbukti berpengaruh positif terhadap persepsi konsumen dan niat beli lampu LED Philips di Denpasar. Persepsi konsumen juga menjadi mediator signifikan antara kesadaran lingkungan dan niat beli.	Penelitian ini berfokus pada pengusaha tapis di Bandar Lampung, dengan menambahkan variabel nilai biosfer dan norma pribadi untuk mengukur minat menerapkan sustainable fashion. Sehingga lebih pada pengusaha tapis menekankan pada nilai kearifan lokal dan tanggung jawan sosial pengusaha.

## 2.8 Kerangka Pemikiran

*Sustainable fashion* merupakan gaya hidup yang memiliki dampak pada hal-hal yang ramah lingkungan atau alam, seperti keseimbangan ekologi, pengurangan bencana alam, konservasi vegetatif, konservasi satwa liar, dan pemanasan global (Dimas K, 2023). Menurut Kulsum (2020), *sustainable fashion* bertujuan untuk menyatukan semua bagian industri *fashion* untuk mengubah produksi dan konsumsi dengan cara yang lebih baik. *Fashion designers*, produsen, distributor, dan konsumen merupakan semua anggota industri *fashion*. Shafie *et al.*, (2021) menyatakan bahwa *sustainable fashion* dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, mengurangi polusi, mengurangi biaya, dan memberikan kenyamanan bagi pelanggan. *Sustainable fashion* tidak hanya berdampak pada lingkungan tetapi juga terkait dengan nilai biosfer, yaitu prinsip yang menekankan perlindungan keanekaragaman hayati dan keseimbangan ekologis untuk kelangsungan hidup semua makhluk hidup.

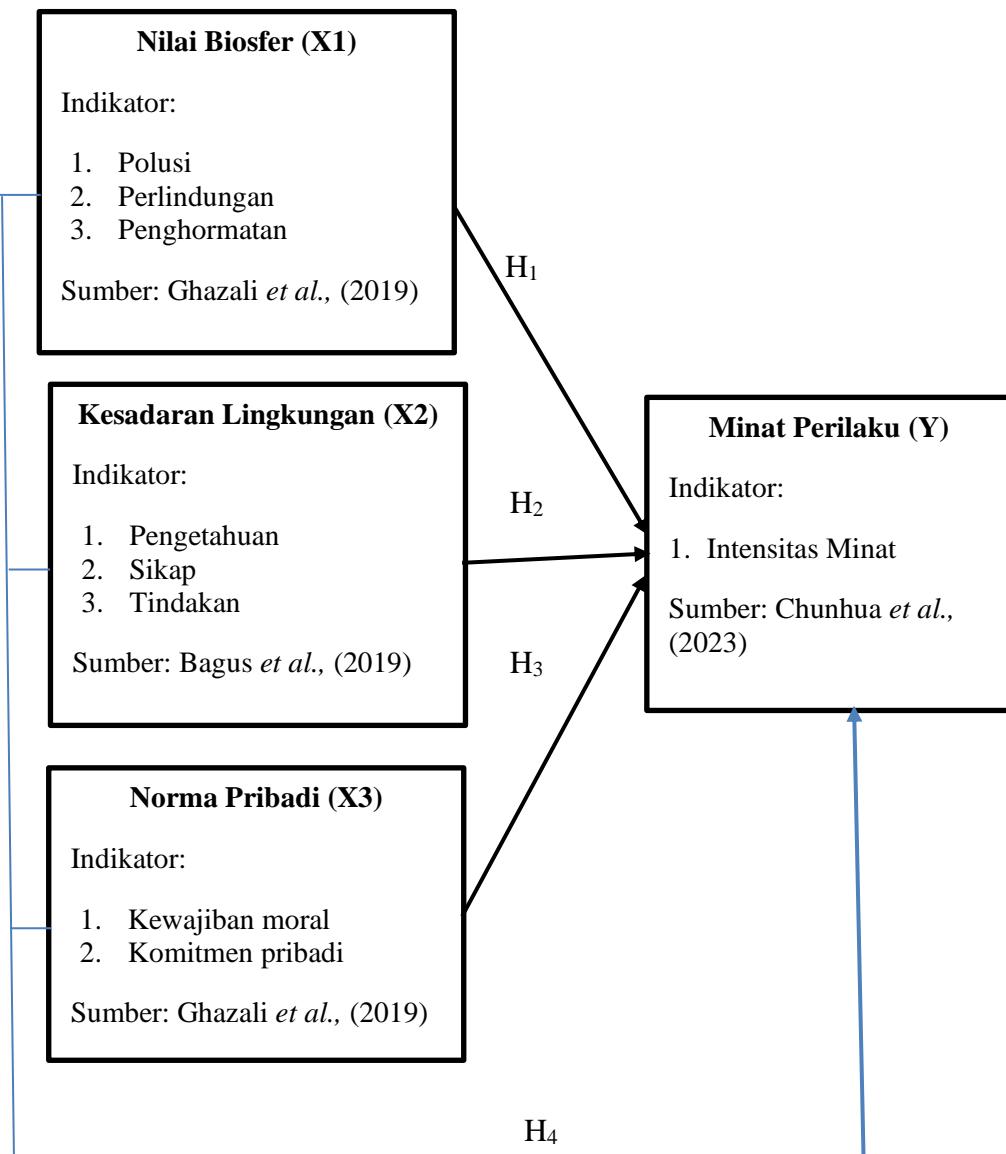
Nilai biosfer merupakan kelestarian keanekaragaman dan ekosistem sebagai prioritas utama dalam berkelanjutan. Konsep ini menekankan bahwa manusia adalah bagian penting dari jaringan kehidupan yang saling terhubung, oleh karena itu, setiap tindakan harus mempertimbangkan efeknya terhadap keseimbangan ekologis (UNESCO, 1996). Dengan demikian, de Groot *et al.*, (2008) menyatakan nilai biosfer menggambarkan kedulian terhadap kualitas alam. Nilai biosfer mendorong tindakan pro-lingkungan yang tidak didasarkan pada keuntungan pribadi, tetapi pada kesadaran akan pentingnya mempertahankan kelestarian alam untuk keberlangsungan kehidupan secara keseluruhan. Berkaitan dengan hal tersebut, nilai biosfer tidak akan efektif tanpa didukung oleh kesadaran lingkungan yang tinggi dari setiap individu yang membuat perubahan dalam berperilaku dalam keberlanjutan.

Menurut Amos dalam Sugiarto & Gabriella (2020), kesadaran lingkungan merupakan sikap dan tindakan yang mencerminkan pemahaman akan pentingnya menjaga lingkungan yang sehat dan berkelanjutan. Kesadaran lingkungan membuat pengelolaan lingkungan dengan mempertahankan dan memperbaiki kualitasnya untuk memenuhi kebutuhan manusia secara berkelanjutan. Orang yang sangat peduli dengan lingkungan cenderung menggunakan gaya hidup hijau. Kesadaran ini ditunjukkan oleh perhatian mereka terhadap bagaimana tindakan mereka berdampak pada ekosistem dan pilihan mereka untuk produk dan kebijakan yang ramah lingkungan (Amos 2008; Sugiarto & Gabriella 2020). Dengan demikian, norma pribadi yang kuat yaitu keyakinan internal bahwa kita harus bertindak demi kelestarian lingkungan, terlepas dari pengaruh sosial atau imbalan eksternal sering-kali menjadi dasar kesadaran lingkungan yang tinggi.

Keyakinan individu tentang kewajiban moral untuk melakukan atau menghindari perilaku tertentu disebut norma pribadi. Norma pribadi dibentuk melalui internalisasi pengalaman pribadi dan nilai-nilai sosial. Norma pribadi dalam konteks lingkungan menunjukkan rasa tanggung jawab pribadi seseorang terhadap pelestarian alam, di mana orang merasa secara moral harus bertindak ramah lingkungan meskipun mereka tidak diawasi atau mendapatkan imbalan dari pihak

lain (Bamberg & Möser, 2007). Menurut Stern (2000), norma pribadi yang kuat tentang lingkungan cenderung memprediksi perilaku pro-lingkungan lebih sering daripada faktor eksternal seperti aturan atau insentif, pengalaman langsung dengan alam, dan kesadaran akan dampak tindakan manusia pada lingkungan mempengaruhi proses internalisasi nilai, yang menghasilkan kekuatan norma pribadi ini.

Menurut Ajzen (1991) minat perilaku adalah tahap kognitif yang mendahului tindakan aktual, di mana orang membentuk kecenderungan psikologis untuk berperilaku tertentu dalam situasi tertentu. Perilaku pro-lingkungan didefinisikan sebagai kesiapan dan komitmen seseorang untuk melakukan hal-hal ramah lingkungan, seperti mengurangi penggunaan plastik, menghemat energi, atau berpartisipasi dalam kegiatan konservasi (Han *et al.*, 2017). Kollmuss & Agyeman dalam Palupi T *et al.*, (2017) menyatakan bahwa minat perilaku lingkungan yang kuat lebih mungkin terwujud dalam tindakan nyata, terutama ketika didukung oleh kemudahan akses dan fasilitas yang memadai. Sebagai kelanjutan logis dari gagasan ini, minat perilaku yang kuat akan lebih terwujud dalam tindakan nyata ketika didukung oleh faktor pendukung internal dan eksternal yang sesuai, yang akan membuatnya lebih mudah. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini akan ditunjukkan pada gambar 2.1 sebagai berikut :



**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**

*Sumber: Data Peneliti (2025)*

Keterangan :

Berpengaruh Parsial →

Berpengaruh Simultan →

## 2.9 Hipotesis Penelitian

Mengacu pada latar belakang dan kerangka pemikiran yang ada, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$H_{a1}$  : Nilai biosfer berpengaruh secara signifikan terhadap minat perilaku pengusaha.

$H_{01}$  : Nilai biosfer tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat perilaku pengusaha.

$H_{a2}$  : Kesadaran lingkungan berpengaruh secara signifikan terhadap minat perilaku pengusaha.

$H_{02}$  : Kesadaran lingkungan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat perilaku pengusaha.

$H_{a3}$  : Norma pribadi berpengaruh secara signifikan terhadap minat perilaku pengusaha.

$H_{03}$  : Norma pribadi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat perilaku pengusaha.

$H_{a4}$  : Nilai biosfer, kesadaran lingkungan, dan norma pribadi berpengaruh secara simultan terhadap minat perilaku pengusaha.

$H_{04}$  : Nilai biosfer, kesadaran lingkungan, dan norma pribadi tidak berpengaruh secara simultan terhadap minat perilaku pengusaha.

### **III METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang difokuskan pada pengujian hipotesis serta menganalisis keterkaitan antar variabel menggunakan data numerik. Menurut Creswell (2018) menjelaskan bahwa metode ini umumnya memanfaatkan teknik survei atau eksperimen untuk mengukur variabel-variabel terkait. Menurut Gnawali (2022) penelitian kuantitatif merupakan suatu sistematis yang bertujuan untuk mengukur variabel serta menganalisis data berbentuk angka. Pendekatan ini dilakukan untuk mengidentifikasi hubungan antar variabel dan menghasilkan temuan yang dapat digeneralisasikan pada populasi yang lebih luas.

Menurut Salvador-Oliván *et al.*, (2021), metode survei merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian kuantitatif yang dilaksanakan dengan menyebarluaskan kuesioner guna memperoleh informasi terkuantifikasi dari responden dalam populasi yang telah ditentukan. Pendekatan ini umumnya diaplikasikan untuk mengukur persepsi, kebiasaan, atau atribut tertentu, sehingga memungkinkan peneliti melakukan analisis dan interpretasi data secara statistik.

#### **3.2 Populasi dan Sampel**

##### **3.2.1 Populasi**

Menurut Creswell (2018), populasi didefinisikan sebagai keseluruhan kelompok individu, objek, atau fenomena yang memenuhi kriteria tertentu dan menjadi fokus penelitian. Dalam konteks penelitian, populasi harus didefinisikan dengan jelas

agar peneliti dapat menentukan siapa atau apa yang akan diteliti. Menekankan pentingnya pemahaman yang jelas tentang populasi karena ini akan mempengaruhi pemilihan sampel dan generalisasi hasil penelitian (Creswell & David Creswell, 2018). Populasi penelitian ini adalah pengusaha tapis di kota Bandar Lampung yang berjumlah 47 pengusaha.

### **3.2.2 Sampel**

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih secara sistematis untuk mewakili karakteristik populasi tersebut (Creswell 2018). Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih sebagai subjek penelitian, dimana karakteristiknya diharapkan dapat merepresentasikan keseluruhan populasi. Menurut Suriani *et al.*, (2023), suatu sampel dikatakan ideal apabila memiliki sifat-sifat yang mencerminkan populasi asalnya. Sebaliknya, jika sampel tidak mampu mewakili setiap unsur dalam populasi terlepas dari besar kecilnya jumlah sampel maka hasil penelitian tersebut tidak dapat digeneralisasikan ke seluruh populasi.

Menurut Adiputra *et al.*, (2021) sampel jenuh adalah metode pengambilan sampel di mana peneliti mengikutsertakan seluruh anggota populasi yang sesuai dengan persyaratan penelitian. Teknik ini umumnya diterapkan ketika ukuran populasi relatif kecil dan mudah dijangkau, sehingga memungkinkan peneliti untuk memperoleh data yang mendalam dan mencakup seluruh variasi karakteristik populasi. Penelitian ini menggunakan metode sampel jenuh dalam penentuan jumlah sampel. Sampel jenuh merupakan teknik pengambilan sampel di mana seluruh populasi dijadikan sebagai responden penelitian. Dalam Penelitian ini populasi terdiri dari 47 pengusaha, sehingga jumlah sampel yang diambil juga sebanyak 47 Pengusaha karena menerapkan prinsip sampel jenuh. Dengan demikian, pendekatan ini diharapkan mampu memberikan hasil yang lebih akurat dan menggambarkan kondisi sebenarnya dari objek penelitian (Mustaurida 2022).

### **3.3 Definisi Konseptual & Operasional**

Untuk memastikan bahwa tujuan dan sasaran penelitian tetap pada jalurnya, definisi konsep digunakan untuk membatasi masalah-masalah konstruk yang ada dalam penelitian ini. Menurut Singarimbun & Effendi dalam Agustin (2025), definisi konseptual merujuk pada pemaknaan dari ide-ide yang digunakan untuk membantu peneliti dalam menerapkan ide-ide tersebut di lapangan. Sementara itu, menurut Widjono dalam Agustin (2025), definisi operasional adalah penjelasan yang berfungsi sebagai referensi saat melaksanakan tugas atau aktivitas tertentu. Definisi ini memberikan batasan yang jelas dan terarah, sehingga kegiatan yang dilakukan dapat sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

Dengan demikian, definisi operasional berfungsi sebagai pedoman untuk memastikan bahwa setiap tindakan atau langkah yang diambil sejalan dengan prinsip-prinsip yang telah ditentukan sebelumnya dan dapat mencapai hasil yang diharapkan. Definisi konseptual dan definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.1.

Tabel 3.1 Ringkasan Definisi Konseptual dan Operasional

No	Variabel	Definisi Konseptual	Definisi Operasional	Indikator	Item
1.	Nilai Biosfer	Nilai biosfer merupakan kepedulian mendalam terhadap lingkungan, menegaskan bahwa kelestarian alam dan keberlanjutan spesies lain esensial bagi kehidupan. Keyakinan ini menumbuhkan optimisme terhadap konservasi dan mendorong individu menjadikan pelestarian lingkungan sebagai tanggung jawab moral utama. (Ghazali <i>et al.</i> , 2022)	Nilai yang mendorong para pengrajin tapis untuk berkreasi dengan cara yang melestarikan warisan budaya mencakup penggunaan motif-motif tradisional serta dukungan terhadap teknik tenun yang autentik.	1. Polusi	<ol style="list-style-type: none"> <li>Penting bagi individu untuk mencegah pencemaran lingkungan.</li> <li>Keyakinan bahwa praktik ramah lingkungan memperkuat identitas merek.</li> </ol>
				2. Perlindungan	<ol style="list-style-type: none"> <li>Penting bagi individu untuk melindungi lingkungan.</li> <li>Persepsi tentang kelangsungan usaha jangka panjang.</li> </ol>
				3. Penghormatan	<ol style="list-style-type: none"> <li>Penting bagi individu untuk menghargai alam.</li> <li>Persepsi tentang pengaruh kualitas bahan baku alami terhadap produk.</li> </ol>

					3 Persepsi tentang manfaat ekonomi dari pelestarian alam.
2.	Kesadaran Lingkungan	Kesadaran lingkungan adalah sebuah konstruksi yang memiliki banyak dimensi, yang mencakup komponen kognitif, sikap, dan perilaku. Pengetahuan yang dimiliki individu mengenai isu-isu lingkungan yang sedang berlangsung menjadi bagian dari kesadaran ini. (Shafie <i>et al.</i> , 2021)	Kesadaran pelaku usaha tapis tentang dampak dari keputusan produksi mereka terhadap lingkungan, kelestarian budaya, baik secara langsung penggunaan motif asli Lampung modifikasi modern yang menghilangkan makna simbolis. maupun tidak langsung berkurangnya regenerasi penenun tradisional.	1. Pengetahuan	<ol style="list-style-type: none"> <li>Mengetahui sebab akibat dari masalah lingkungan.</li> <li>Memiliki pengetahuan tentang potensi melaksanakan kegiatan.</li> <li>Mampu berperan dalam praktik keberlanjutan di kehidupan sehari-hari.</li> </ol>
				2. Sikap	<ol style="list-style-type: none"> <li>Memiliki pemahaman akan kekuatan sendiri.</li> <li>Memahami sikap tanggung jawab akan tindakan yang dilakukan.</li> <li>Memiliki kesediaan untuk bertindak dalam lingkungan.</li> <li>Keterbukaan terhadap modifikasi proses produksi.</li> </ol>

				3. Tindakan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mampu bertindak dalam bidang kehidupan lingkungan pekerjaan.</li> <li>2. Mampu untuk berubah tindakan menjadi sesuatu yang rutin.</li> <li>3. Mampu bertindak dalam bidang lingkup hobi.</li> </ol>
3.	Norma Pribadi	<p>Norma pribadi berasal dari rasa tanggung jawab moral yang mendorong individu untuk bertindak pro-lingkungan, sesuai dengan nilai dan keyakinan mereka. Norma ini berfungsi sebagai panduan dalam menentukan perilaku, berdasarkan apa yang dianggap benar atau salah terkait perlindungan lingkungan. (Ghazali <i>et al.</i>, 2022)</p>	<p>Keyakinan pribadi pelaku usaha tapis bahwa mereka memiliki tanggung jawab moral untuk meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan melalui pilihan bahan, proses produksi, dan kebijakan bisnis mereka.</p>	1. Kewajiban moral	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 Merasa bersalah jika tidak melakukan tindakan ramah lingkungan.</li> <li>2 Menganggap penting untuk hidup sesuai dengan nilai keberlanjutan.</li> <li>3 Mengukur rasa kepemilikan dan tanggung jawab langsung atas dampak lingkungan dari usaha.</li> <li>4 Kebersediaan untuk bertanggung jawab secara pribadi.</li> </ol>
				2. Komitmen pribadi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 Berniat untuk mengurangi limbah sehari-hari.</li> <li>2 Bersedia mengorbankan</li> </ol>

					<p>materi demi lingkungan.</p> <p>3 Menjadikan tindakan ramah lingkungan sebagai tanggung jawab moral yang mendalam yang melampaui sekadar mengikuti norma atau kebiasaan.</p>
4.	Minat Perilaku	<p>Minat berperilaku adalah kecenderungan seseorang untuk melakukan tindakan tertentu di masa depan. Dalam konteks penelitian, ini sering diukur melalui pertanyaan yang menilai seberapa besar keinginan individu untuk terlibat dalam perilaku tertentu, seperti tindakan pro-lingkungan, berdasarkan sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. (Chunhua dalam Agustin 2025)</p>	<p>Minat pelaku usaha batik untuk mengimplementasikan praktik-praktik berkelanjutan dalam bisnis mereka, seperti beralih ke bahan organik, mengikuti pelatihan produksi hijau, atau mendapatkan sertifikasi ramah lingkungan.</p>	<p>1. Minat berperilaku pro-lingkungan</p>	<p>1 Berencana beralih ke bahan daur ulang.</p> <p>2 Ingin mengikuti pelatihan produksi hijau.</p> <p>3 Mempertimbangkan <i>feedback</i> konsumen tentang keberlanjutan.</p> <p>4 Menerapkan sistem daur ulang limbah produksi.</p> <p>5 Mengoptimalkan penggunaan bahan baku untuk meminimalisir limbah.</p> <p>6 Mengetahui manfaat penerapan pelatihan hijau bagi usaha.</p> <p>7 Penerapan praktik dalam proses produksi.</p>

Sumber : Data Peneliti (2025)

### **3.4 Sumber Data**

#### **3.4.1 Data Primer**

Data primer merupakan informasi yang dikumpulkan secara langsung dari sumber pertama melalui berbagai metode pengumpulan data seperti penyebaran kuesioner, (Sujarweni 2022). Data primer adalah sebagai data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti melalui instrumen penelitian yang dirancang secara khusus untuk memenuhi tujuan penelitian (Creswell 2018). Dalam penelitian ini, pengumpulan data primer dilakukan melalui kuesioner yang berisi pertanyaan dari variabel-variabel yang akan disebarluaskan secara online dalam menggunakan *google form*, kepada pengusaha tapis di Bandar Lampung. Kuesioner tersebut mencakup pertanyaan tentang nilai biosfer, pengetahuan lingkungan, norma pribadi, dan minat pengusaha tapis dalam menerapkan *sustainable fashion*. Data yang dikumpulkan menunjukkan persepsi, pemahaman, dan pendapat responden tentang penerapan *sustainable fashion* di industri tapis.

#### **3.4.2 Data Sekunder**

Data sekunder merupakan tidak langsung dari sumber utama, melainkan didapat melalui sumber-sumber lainnya, Dalam penelitian ini data sekunder didapatkan melalui beberapa literatur yaitu, jurnal, buku, hasil riset, internet dan media lainnya yang memiliki informasi relevan dengan penelitian ini. (Creswell 2018) Menyatakan bahwa penggunaan data sekunder menghemat waktu dan biaya karena peneliti tidak perlu mengumpulkan data baru. Dalam penelitian ini data sekunder yang digunakan yaitu data jumlah daftar pengusaha tapis di Bandar Lampung yang diperoleh dari sentra IKM tapis di Bandar Lampung, dan data statistik di Indonesia terkait dengan industri tekstil dan pakaian.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Menurut Fauzi dkk (2022), kuesioner dapat diartikan sebagai sekumpulan

tanggapan atau pemikiran dari individu mengenai suatu hal, yang tidak terbatas pada substansi tertentu. Kuesioner tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menghasilkan data statistik, tetapi juga menekankan pentingnya interpretasi hasil survei. Dengan demikian, pemahaman terhadap hasil yang diperoleh dari survei menjadi aspek yang semakin krusial dalam analisis data. Kuesioner menawarkan sejumlah keuntungan dalam hal distribusi instrumen penelitian ke berbagai lokasi atau kelompok dengan cara yang cepat dan mudah (Triana 2013; Rudiyanti *et al.*, 2025). Dalam kuesioner, pertanyaan umumnya disusun dengan jelas dan terstruktur, sehingga memungkinkan responden untuk mengisi jawaban secara mandiri. Pendekatan ini mengurangi kebutuhan akan keterlibatan langsung peneliti, yang pada gilirannya dapat membantu mengurangi potensi bias dalam pengumpulan data. Skala *likert* digunakan sebagai alat untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial. Menurut Sudaryana (2022), dengan menggabungkan dan menganalisis hasil dari jawaban yang diberikan oleh responden, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai perspektif atau sikap kolektif mereka terhadap isu atau fenomena yang sedang diteliti.

### **3.6 Skala Pengukuran**

Skala pengukuran merupakan alat tambahan yang memberikan skor berdasarkan jumlah responden serta intensitas dari setiap pertanyaan yang diajukan. Dalam penelitian ini, skala yang diterapkan adalah skala *likert*, yang berfungsi untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial. Pada skala *likert*, responden diminta untuk mengisi kuesioner yang mengharuskan mereka menunjukkan tingkat persetujuan mereka terhadap berbagai pertanyaan yang diajukan. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala Likert dengan rentang 1 hingga 5, di mana skala tersebut terdiri dari 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (netral), 4 (setuju), dan 5 (sangat setuju) untuk mengukur respons dari para responden.

Tabel 3.2 Skala Pengukuran Kuesioner

Alternatif Jawaban	Nilai
Sangat Setuju(SS)	5
Setuju(S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju(TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Vivo Benfica (2024)

### 3.7 Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Creswell (2018) Analisis statistik deskriptif, merupakan metode yang digunakan untuk merangkum dan menggambarkan data yang telah dikumpulkan dalam suatu penelitian. Pendekatan ini menekankan pada penyajian data dalam format yang mudah dipahami, sehingga peneliti dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai karakteristik dari sampel yang diteliti. Tujuan utama dari analisis deskriptif adalah untuk menyajikan informasi dasar tentang data, termasuk ukuran pusat seperti *mean*, median, dan modus, serta ukuran penyebaran yang mencakup rentang, varians, dan deviasi standar, serta distribusi frekuensi. Analisis deskriptif diterapkan pada tahap awal analisis data untuk membantu peneliti memahami pola dan tren yang ada sebelum melanjutkan ke analisis yang lebih mendalam, seperti analisis inferensial. Hasil dari analisis deskriptif biasanya disajikan dalam bentuk tabel, grafik, atau diagram, yang memudahkan pembaca dalam memahami informasi yang disampaikan.

### 3.8 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2021), sebuah instrumen penelitian dianggap valid jika dapat mengukur dengan tepat apa yang seharusnya diukur, sehingga data yang diperoleh benar-benar mencerminkan kondisi nyata dari objek yang diteliti. Penelitian ini menggunakan validitas sebagai dasar untuk menilai sejauh mana instrumen yang dikembangkan untuk mengukur pengaruh antar variabel, nilai biosfer, kesadaran lingkungan, norma pribadi, dan minat perilaku dalam penerapan *sustainable fashion* di pengusaha tapis bandar lampung. Penelitian dikatakan valid apabila

bagian-bagian kuesioner sesuai dengan teori dasar dan mencerminkan secara proporsional hubungan antara variabel yang diukur. Pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen diukur melalui pengujian validitas yang menggunakan analisis regresi berganda.

Tujuan dari proses validasi ini untuk memastikan bahwa setiap item pertanyaan tidak hanya relevan, tetapi juga memiliki kemampuan untuk menjelaskan hubungan yang diharapkan antara variabel yang diteliti. Proses validasi akan melibatkan pengelola bisnis tapis di Bandar Lampung, yang memahami praktik bisnis dan masalah keberlanjutan industri tapis. Menurut Ferdinand dalam Dura M (2025) nilai korelasi untuk setiap Item dengan menggunakan rumus. Bandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel (dengan derajat kebebasan). Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan menggunakan analisis Korelasi Item-Total yang Diperbaiki (*Corrected Item-Total Correlation*) melalui program SPSS versi 26, dengan kriteria penilaian sebagai berikut:

- a. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka item tersebut valid.
- b. Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka item tersebut tidak valid.

Uji validitas dapat dilakukan dengan menganalisis korelasi antara skor masing-masing item dalam kuesioner dengan total skor yang ingin diukur. Selain itu, peneliti juga perlu mempertimbangkan konsistensi logis antara item dengan konstruk teoretis yang diukur untuk memastikan validitas isi dari instrumen penelitian dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

**Rumus 3.1 Pearson's Product Moment Correlation**

Keterangan :

$R_{xy}$  = Angka indeks korelasi antara variabel X dan Y

N = Jumlah responden

$\sum X$  = Jumlah seluruh nilai X

$\sum Y$  = Jumlah seluruh nilai Y

$\sum XY$  = Jumlah hasil perkalian antara nilai X dan Y

### 3.9 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat ukur yang menunjukkan konsistensi ketika pengukuran dilakukan berulang kali dengan instrumen yang sama (Ghozali, 2021). Dalam penelitian ini, reliabilitas diukur menggunakan metode koefisien *alpha cronbach*, yang dianalisis melalui program SPSS versi 26. Uji reliabilitas untuk memastikan konsistensi dan instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang diteliti, yaitu nilai biosfer, kesadaran lingkungan, norma pribadi, dan minat perilaku. Uji reliabilitas dilakukan untuk menunjukkan bahwa instrument dapat memberikan hasil yang stabil dan konsisten selama penggunaan berulang. Uji reliabilitas digunakan peneliti untuk memastikan bahwa setiap item dalam kuesioner berkontribusi secara signifikan, dan untuk mengurangi kesalahan dalam pengukuran yang dapat memengaruhi hasil penelitian. Menurut Ghozali (2021), sebuah instrumen penelitian dianggap reliabel jika nilai *alpha cronbach*-nya mencapai  $> 0.70$ . Namun, untuk penelitian eksploratif, nilai minimal 0.60 masih dapat diterima. Jika nilai *alpha cronbach* berada  $< 0.60$ , maka kuesioner tersebut dianggap tidak reliabel dan perlu direvisi dengan menghapus atau memperbaiki item-item yang memiliki korelasi rendah. Setelah mendapatkan nilai Koefisien Alpha (Cronbach's Alpha).

Kuesioner dianggap reliabel jika nilai Koefisien Alpha ( $\alpha$ ):

- a.  $\alpha \geq 0,7$  : Reliabilitas tinggi (dapat diterima).
- b.  $0,6 \leq \alpha < 0,7$  : Reliabilitas cukup.
- c.  $\alpha < 0,6$  : Reliabilitas rendah (perlu revisi instrumen).

Rumus koefisien *alpha cronbach* digunakan untuk menghitung konsistensi internal antar item dalam suatu variabel, dengan persamaan yang relevan sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

**Rumus 3.2 Alpha Cronbach**

Keterangan :

$\alpha$  = Koefisien reliabilitas (*Cronbach's Alpha*)

$k$  = Jumlah item/pertanyaan

$\sigma_i^2$  = Varians masing-masing item

$\sigma_t^2$  = Varians total (total skor responden untuk semua item)

$\sum \sigma_i^2$  = Jumlah varians semua item

### 3.10 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan metode statistik yang digunakan untuk menguji pengaruh dari dua atau lebih variabel independen (prediktor) terhadap satu variabel dependen (kriteria). Tujuan utama dari analisis ini adalah untuk memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen, serta mengukur seberapa besar kontribusi masing-masing prediktor terhadap variabel yang terikat (Gozali 2021). Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengevaluasi pengaruh simultan dari beberapa variabel independen, termasuk nilai biosfer, pengetahuan lingkungan, dan norma pribadi, terhadap variabel dependen perilaku minat perilaku. Menggunakan analisis ini, peneliti dapat mengidentifikasi kontribusi masing-masing variabel dan memahami hubungan kompleks antar faktor yang memengaruhi niat perilaku. Oleh karena itu, untuk memahami dinamika antar variabel yang terlibat dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda adalah alat yang sangat penting. Rumus yang digunakan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

**Rumus 3.3 Regresi Linier Berganda**

Keterangan :

$Y$  = Minat perilaku

$a$  = Konstanta/intersep

- $b$  = Koefisien regresi masing-masing variabel independent  
 $x_1$  = Nilai biosfer  
 $x_2$  = Kesadaran lingkungan  
 $x_3$  = Norma pribadi  
 $e$  = Error

### 3.11 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengevaluasi kelayakan data yang diperoleh dari proses pengumpulan data yang telah dilakukan sebelumnya. Dalam konteks penelitian, terdapat beberapa jenis uji asumsi klasik yang perlu dilakukan, yaitu:

#### 1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2021), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Peneliti ini menggunakan uji normalitas karena penting untuk memastikan bahwa residual terdistribusi normal membuat peneliti menguji hipotesis dengan lebih akurat, sehingga hasilnya dipercaya dan relevan.

#### 2. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2021), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model regresi. Model regresi yang ideal adalah yang memenuhi asumsi homoskedastisitas, tidak terjadi heteroskedastisitas. Sebagian besar data *cross-section* cenderung mengalami situasi heteroskedastisitas, karena data ini mencakup berbagai ukuran yang mewakili kategori yang berbeda, seperti kecil, sedang, dan besar. Penelitian ini menekankan bahwa uji heteroskedastisitas diperlukan untuk memastikan bahwa varians residual tetap, dengan menemukan dan mengatasi masalah heteroskedastisitas, peneliti dapat meningkatkan akurasi

model dan memberikan hasil yang lebih valid. Ketidakstabilan varians dapat menyebabkan estimasi yang tidak efisien dan kesalahan dalam interpretasi hasil.

- a. Dengan mengamati titik-titik pada pola, jika pola tersebut menunjukkan keteraturan, maka hal ini mengindikasikan adanya heteroskedastisitas.
- b. Sebaliknya, jika pola yang terlihat tidak jelas dan titik-titik tersebut tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghazali (2021), uji multikolininearitas bertujuan untuk mengidentifikasi apakah dalam model regresi terdapat korelasi antara variabel-variabel bebas independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya korelasi di antara variabel independen. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang memiliki nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Penelitian ini uji multikolininearitas penting untuk memastikan bahwa setiap variabel independen dalam model memberikan kontribusi yang jelas dan terpisah terhadap variabel dependen. Apabila terdapat multikolininearitas, peneliti dapat melakukan tindakan untuk mengurangi dampaknya, yang membuat model lebih stabil dan membuat koefisien regresi lebih mudah dipahami. Untuk mendeteksi adanya multikolininearitas dalam model regresi, beberapa langkah dapat dilakukan:

- a. Jika nilai  $R^2$  yang dihasilkan dari estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi banyak variabel independen yang secara individual tidak signifikan memengaruhi variabel dependen, maka ini dapat menjadi indikasi adanya multikolininearitas.
- b. Jika terdapat korelasi antara variabel-variabel bebas yang melebihi 0,90, maka hal ini menunjukkan adanya indikasi multikolininearitas dalam model regresi.
- c. Selain itu, multikolininearitas juga dapat dianalisis melalui nilai *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai VIF  $<10$ , maka tingkat multikolininearitas tersebut masih dianggap dapat ditoleransi.

### 3.12 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Ghazali (2021) menyatakan bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) berfungsi untuk menilai sejauh mana model mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen. Nilai  $R^2$  berada dalam rentang antara 0 (nol) hingga 1 (satu). Apabila koefisien determinasi ( $R^2$ ) bernilai nol, ini menunjukkan bahwa variabel independent tidak memberikan pengaruh terhadap variabel dependen. Penelitian ini koefisien determinasi penting untuk menunjukkan seberapa besar proporsi varians dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Ini membantu untuk memahami kekuatan model dan seberapa baik itu menjelaskan perilaku responden. Rumus untuk menghitung koefisien determinasi sebagai berikut:

$$R^2 = 1 - \frac{SSE}{SST} = 1 - \frac{\sum(Y_i - \hat{Y}_i)^2}{\sum(Y_i - \bar{Y})^2}$$

**Rumus 3.6 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Keterangan :

$R^2$  = Koefisien determinasi

SSE = *Sum of Squares* Error, atau jumlah kuadrat galat

SST = *Total Sum Of Squares*, atau jumlah kuadat total

$Y_i$  = Nilai actual ke-i

$\hat{Y}_i$  = Nilai prediksi ke-i

$\bar{Y}$  = Nilai rata-rata

### 3.13 Uji Hipotesis

Hipotesis atau asumsi dasar, dapat diartikan sebagai jawaban sementara terhadap suatu permasalahan yang masih bersifat dugaan, karena kebenarannya belum dapat dipastikan. Dugaan tersebut merupakan suatu kebenaran yang bersifat sementara, yang akan diuji melalui pengumpulan data dalam proses penelitian untuk membuktikan kebenarannya (Mandailina *et al.*, 2022). Uji hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh nilai biosfer, pengetahuan

lingkungan, dan norma pribadi terhadap minat dalam menerapkan *sustainable fashion*. Untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, digunakan dua jenis uji statistik, yaitu uji t dan uji F.

### 3.13.1 Uji Parsial (t)

Uji parsial yang dikenal sebagai Uji t, digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen dalam model regresi (Ghozali, 2021). Uji ini bertujuan untuk menentukan apakah koefisien regresi dari suatu variabel memiliki nilai yang signifikan atau tidak. Dalam penelitian ini, dilakukan uji parsial untuk menganalisis pengaruh masing-masing variabel independen, yaitu nilai biosfer (X1), pengetahuan lingkungan (X2), dan norma pribadi (X3), terhadap variabel dependen, yaitu minat dalam menerapkan *sustainable fashion* (Y). Rumus yang digunakan untuk menguji signifikansi dari koefisien sebagai berikut:

$$t = \frac{\beta_i}{SE_{\beta_i}}$$

#### Rumus 3.4 Uji t (t-test)

Keterangan :

$t$  = Nilai statistik t

$\beta_i$  = Koefisien regresi dari variabel independen ke-i

$SE\beta_i$  = Standar error dari koefisien regresi ke-i

5% atau 0,05 (dengan tingkat kepercayaan 95%) serta derajat kebebasan (df) yang dihitung berdasarkan rumus  $df = (n - k - 1)$ , di mana  $k$  = merupakan jumlah variabel regresi, dan  $n$  = adalah jumlah responden. Dalam melakukan uji t, dapat digunakan penyusunan hipotesis yang akan diuji berupa hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ).

Berikut merupakan kriteria pengambilan keputusannya sebagai berikut:

a. Jika  $t$  hitung  $< t$  tabel maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak (variabel independent tidak signifikan)

b.Jika  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima (variabel independen signifikan)

### 3.13.2 Uji Simultan (f)

Uji simultan berfungsi untuk menguji signifikansi pengaruh semua variabel independen secara bersamaan terhadap variabel dependen dalam suatu model regresi. Uji ini bertujuan untuk menentukan apakah model regresi secara keseluruhan dapat digunakan secara efektif untuk melakukan prediksi (Ghozali, 2021). Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai  $F$  yang diperoleh  $F_{\text{hitung}}$ . Nilai  $F$  yang terdapat dalam tabel  $F_{\text{tabel}}$  menggunakan rumus perhitungan dibawah ini:

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

#### Rumus 3.5 Uji F (F-test)

Keterangan :

$F$  = Nilai uji F

$R^2$  = Koefisien determinasi (hasil kuadrat dari koefisien korelasi  $R^2$ )

$k$  = Jumlah variabel independen

$n$  = Jumlah total sampel

Tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,05. Kriteria pengambilan keputusan didasarkan pada nilai signifikansi yang diperoleh. Apabila nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka hipotesis yang diajukan dapat diterima. Sebaliknya, jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka hipotesis ditolak.

Selain itu, keputusan hipotesis juga dapat ditentukan dengan membandingkan nilai  $F_{\text{hitung}}$  dengan  $F_{\text{tabel}}$ . Jika  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  pada tingkat signifikansi tertentu, maka hipotesis yang diajukan diterima. Sebaliknya, jika  $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$ , maka hij ditolak.

## **V. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **5.1 Kesimpulan**

1. Nilai biosfer berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengusaha tapis di Bandar Lampung dalam menerapkan *sustainable fashion*. Pengaruh nilai biosfer cukup kuat. Hal ini menunjukkan bahwa kepedulian pengusaha terhadap kelestarian lingkungan, perlindungan alam mendorong terbentuknya minat untuk menerapkan *sustainable fashion*. Nilai biosfer secara langsung membentuk orientasi pengusaha dalam pengambilan keputusan bisnis yang mempertimbangkan dampak lingkungan, sehingga minat menerapkan *sustainable fashion* muncul sebagai bentuk tanggung jawab terhadap keberlanjutan alam.
2. Kesadaran lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengusaha tapis di Bandar Lampung dalam menerapkan *sustainable fashion*. Pengaruh yang ditunjukkan tergolong tinggi. Hal ini terjadi karena pemahaman pengusaha mengenai dampak lingkungan dari aktivitas produksi, limbah tekstil, serta pentingnya pengelolaan sumber daya secara berkelanjutan mampu meningkatkan keinginan untuk beralih pada praktik *fashion* yang ramah lingkungan. Kesadaran lingkungan berperan mendorong pengusaha untuk lebih peduli dan responsif terhadap isu lingkungan dalam menjalankan usahanya.
3. Norma pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengusaha tapis di Bandar Lampung dalam menerapkan *sustainable fashion*. Pengaruh yang ditunjukkan tergolong cukup kuat. Hal ini menunjukkan bahwa adanya dorongan moral dan rasa kewajiban pribadi untuk menjaga lingkungan menjadi faktor penting dalam membentuk minat perilaku berkelanjutan. Norma pribadi yang terinternalisasi membuat pengusaha merasa bertanggung jawab secara

etis atas dampak lingkungan dari kegiatan usahanya, sehingga mendorong komitmen untuk menerapkan prinsip *sustainable fashion* secara sadar.

4. Nilai biosfer, kesadaran lingkungan, dan norma pribadi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengusaha tapis di Bandar Lampung dalam menerapkan *sustainable fashion*. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi antara kepedulian terhadap lingkungan, pemahaman atas dampak lingkungan, serta dorongan moral pribadi secara bersama-sama membentuk minat perilaku berkelanjutan. Ketiga variabel tersebut saling melengkapi dalam mendorong pengusaha tapis untuk mengintegrasikan prinsip keberlanjutan dalam proses produksi dan pengambilan keputusan bisnis, sehingga memperkuat penerapan *sustainable fashion* secara menyeluruh.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terkait pengaruh nilai biosfer, kesadaran lingkungan, dan norma pribadi terhadap minat pengusaha tapis di Bandar Lampung dalam menerapkan *sustainable fashion*, maka peneliti memberikan beberapa saran yang terdiri dari saran teoritis dan juga praktis, yaitu:

### 1. Saran Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa implikasi teoretis yang dapat memperkaya kajian perilaku berkelanjutan dan pengembangan teori *Value-Belief-Norm* (VBN) dalam konteks industri *fashion* tradisional. Pertama, temuan bahwa nilai biosfer berpengaruh signifikan terhadap minat pengusaha dalam menerapkan *sustainable fashion* memperkuat validitas teori VBN, khususnya pada konteks pelaku usaha, bukan hanya konsumen. Dampak teoretis dari temuan ini adalah memperluas penerapan VBN yang selama ini banyak digunakan pada studi konsumen, sehingga teori ini terbukti relevan untuk menjelaskan pengambilan keputusan bisnis berbasis nilai lingkungan.

Kedua, pengaruh positif kesadaran lingkungan terhadap minat pengusaha menunjukkan bahwa komponen kognitif dan afektif memiliki peran penting dalam membentuk niat berperilaku berkelanjutan pada pelaku usaha. Dampaknya, penelitian ini menegaskan bahwa peningkatan pengetahuan dan pemahaman lingkungan tidak hanya berdampak pada perubahan sikap, tetapi juga berkontribusi pada munculnya minat untuk menerapkan praktik produksi berkelanjutan. Hal ini memperkaya literatur dengan menempatkan kesadaran lingkungan sebagai penghubung antara nilai dan norma dalam kerangka VBN.

Ketiga, temuan bahwa norma pribadi berpengaruh signifikan terhadap minat pengusaha menegaskan bahwa internalisasi nilai moral dan rasa tanggung jawab pribadi merupakan pendorong utama dalam praktik bisnis berkelanjutan. Dampak teoretis dari temuan ini adalah memperkuat posisi norma pribadi sebagai variabel kunci yang menjembatani nilai lingkungan dan tindakan nyata. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi konseptual dengan menegaskan bahwa pendekatan berbasis moral dan etika sangat relevan dalam mendorong keberlanjutan di sektor industri kreatif berbasis budaya.

Berdasarkan implikasi tersebut, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model VBN dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memperkuat prediksi minat berperilaku berkelanjutan, seperti persepsi kemampuan (*perceived behavioral control*), dukungan sosial, dan akses terhadap sumber daya hijau. Penambahan variabel tersebut diharapkan dapat memberikan dampak berupa pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keputusan pengusaha. Selain itu, disarankan untuk menambahkan variabel mediasi seperti sikap lingkungan atau niat berwirausaha berkelanjutan agar mekanisme psikologis dalam proses pengambilan keputusan dapat dijelaskan secara lebih mendalam. Penelitian selanjutnya juga dapat memperluas objek kajian ke sektor industri kreatif lainnya atau wilayah dengan karakteristik budaya berbeda, sehingga hasil penelitian memiliki daya generalisasi yang lebih luas dan memungkinkan analisis perbandingan antar sektor dan daerah.

## 2. Saran Praktis

Berdasarkan temuan penelitian, terdapat beberapa saran praktis yang dapat diterapkan oleh pengusaha tapis dan pemangku kepentingan terkait, khususnya pemerintah daerah dan lembaga pendukung industri kreatif, dengan dampak yang diharapkan sebagai berikut:

Pertama, pengusaha tapis disarankan untuk tidak hanya memiliki kesadaran konseptual mengenai pentingnya keberlanjutan lingkungan, tetapi juga mengimplementasikannya dalam tindakan nyata, seperti optimalisasi penggunaan bahan baku ramah lingkungan, penerapan sistem daur ulang limbah kain perca, serta investasi pada pelatihan produksi hijau. Dampak dari penerapan langkah ini adalah berkurangnya limbah tekstil, peningkatan efisiensi produksi, serta terciptanya nilai tambah produk yang dapat meningkatkan daya saing tapis sebagai produk *sustainable fashion*.

Kedua, pemerintah daerah dan lembaga terkait disarankan untuk menyediakan insentif dan pendampingan teknis bagi pengusaha tapis yang ingin beralih ke praktik berkelanjutan. Bentuk dukungan tersebut dapat berupa akses pembiayaan hijau, pelatihan teknis *sustainable fashion*, serta fasilitasi promosi dan pemasaran produk tapis ramah lingkungan. Dampak yang diharapkan adalah percepatan penerapan praktik berkelanjutan oleh pengusaha tapis, peningkatan kapasitas produksi hijau, serta penguatan posisi industri tapis Lampung dalam rantai nilai industri kreatif nasional dan global.

Terakhir, kolaborasi antara pengusaha tapis, akademisi, dan pelaku industri fashion berkelanjutan perlu ditingkatkan guna memperluas akses terhadap pengetahuan, inovasi, dan jaringan pasar. Dampak dari kolaborasi ini adalah meningkatnya kemampuan inovasi pengusaha tapis, transfer pengetahuan terkait teknologi dan tren *sustainable fashion*, serta terbukanya peluang pasar baru baik di tingkat nasional maupun internasional. Dengan demikian, transformasi menuju bisnis tapis yang berkelanjutan tidak hanya memberikan manfaat lingkungan, tetapi juga memperkuat ketahanan ekonomi dan keberlanjutan industri tapis Lampung secara jangka panjang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, I. M. S., Trisnadewi, N. W., Oktaviani, N. P. W., & Munthe, S. A. (2021). Metodologi Penelitian Kesehatan.
- Afianto, R. A., & Waskito, J. (2025). *Impact of greenwashing and perceived value on purchase intention in the bottled drinking water industry: Mediating role of trust*. *Journal of Enterprise and Development*, 7(1), 79–91.
- Agustiawan S. et. al (2022). Analisis Peningkatan Kapasitas Usaha IKM Tapis Lampung Studi Kasus LegaWisfest 2022. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 10 No. 2 Mei 2022. E-ISSN 2654-5837. Hal. 184-190
- Agustin, H., Ali, S., & Septiani, W. (2025). *Value-belief-norm theoretical approach to measuring sustainable consumption behavior in Bandar Lampung City*. *International Journal of Advanced Multidisciplinary Research and Studies*, 5(3), 335–342.
- Ahmadi, M. A. (2024). Pengaruh Kesadaran Lingkungan (Green Awerenes) Akan Keputusan Pembelian Konsumen: Literature Review. *Journal Financial, Business and Economics*, 1(2), 1-12.
- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Alda, O., (2024). Perancangan Rantai Pasok Produk *Fashion* Bekas Pakai Dengan Pendekatan *Comprehensive Action Dertermine Model* (CADM) dan *Actor Network theory* (ANT).
- Alifah, R., Megawaty, D. A., & Satria, M. N. D. (2021). Pemanfaatan augmented reality untuk koleksi kain tapis (study kasus: uptd museum negeri provinsi lampung). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(2), 1–7.
- Ambarfebrianti, M., & Novianty, A. (2021). Hubungan orientasi nilai terhadap perilaku pro-lingkungan remaja. *Jurnal Ecopsy*, 8(2), 149.
- Andrean, T., & Fitria, A. (2020). Faktor-faktor yang memengaruhi minat perilaku bertransaksi dengan *e-commerce*. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*.
- Arya, B., & Kumar, H. (2023). *Value behaviour norm theory approach to predict private sphere pro-environmental behaviour among university students*. *Environmental and Climate Technologies*, 27(1), 164–176.

- Arqy Mirzam A & Anissa Puput M (2024) Pengaruh Kesadaran Lingkungan (*green awareness*) akan keputusan pembelian konsumen. *Journal Of Finance, Budiness and Economic*. Volume 2 , 01-12
- Arzaq Karimah, N., & Hermawan Adinugraha, H. (2024). Analisis penerapan *sustainable fashion dan trend forecasting* 2023-2024 pada Butik Wilsenwillim. *Islamic Economic and Business Journal*, 6(1), 15–35.
- Badan Pusat Statistik (2024). Jakarta: Laju Pertumbuhan PDB Seri 10 2025. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTA0IzI=/seri-2010--laju-pertumbuhan-pdb-seri-2010--persen-.html>
- Bagus, A. A. N., Krisnanda, J., & Nurcaya, I. N. (2019). KONSUMEN DAN NIATBELI PRODUK LAMPU LED PHILIPS DIKOTA DENPASAR Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana ( Unud ), 8(2), 8075–8103.
- Bamberg, S., & Moser, G. (2007). *Twenty years after Hines, Hungerford, and Tomera: A new meta-analysis of psycho-social determinants of pro-environmental behavior*. *Journal of Environmental Psychology*, 27, 14-25.
- Bansal, P., & DesJardine, M. (2014). *Business sustainability: It is about time*. *Strategic Organization*, 12(1), 70–78.
- Berliandika, B., Isfianadewi, D., & Priyono, A. (2022). Strategi *Sustainable Business Model Innovation* pada *Industri Fashion Digital Ilustrasi*. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 46–60.
- Blas Riesgo, S., Lavanga, M., & Codina, M. (2023). *Drivers and barriers for sustainable fashion consumption in Spain: a comparison between sustainable and non-sustainable consumers*. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 16(1), 1–13.
- Bouman, T., Steg, L., & Kiers, H. A. (2018). *Measuring values in environmental research: A test of an Environmental Portrait Value Questionnaire*. *Frontiers in Psychology*, 9(564), 1-15.
- Chen, M. F. (2015). *An examination of the value-belief-norm theory model in predicting pro-environmental behaviour in Taiwan*. *Asian Journal of Social Psychology*, 18(2), 145–151.
- Chua, K.B.; Quoquab, F.; Mohammad, J.; Basiruddin, R (2016). *The mediating role of new ecological paradigm between value orientations and pro-environmental personal norm in the agricultural context*. *Asia Pacific J. Mark. Logist.* 28, 323–349.
- Chunhua, J., Shuo, W., Zhirong, H., Li-Wei, L., & Jing, Y. (2023). *Application of the extended value-belief-norm (VBN) theory to understand consumers' intention to use autonomous delivery vehicles (ADVs)*. *Heliyon*, 9(9), e20244.

- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Penerbit Universitas Diponegoro.
- De Groot, J. I. M., & Steg, L. (2008). *Value orientations to explain beliefs related to environmental significant behavior*. *Environment and Behavior*, 40(3), 330–354.
- Dimas, K. (2023). Analisis dampak zero waste *fashion* terhadap lingkungan dan pengembangan usaha pada home industri Yasmin Wiwid *Ecoprint Sustainable Fashion* Kabupaten Pesawaran perspektif etika bisnis Islam (*Doctoral dissertation*, UIN Raden Intan Lampung).
- Erlina, & Heny. (2023). Jurnal maneksi vol 12, no.2, juni 2023. Jurnal Maneksi, 12(2), 368–377.
- Fadhil, M. Al. (2020). Analisis Konsep Triple Helix dalam Mendorong Pengembangan Industri Kreatif sebagai Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Kelompok Masyarakat Pengrajin Tenun Sulam Tapis di Pekon Argopeni Kecamatan Sumber Rejo Kabupaten Tanggamus).UIN Raden Intan Lampung.
- Fakhruddin, Y. A. A., Ahmad, R., & Ardi, M. (2023). Simbiosis ekologi manusia dan penyelidikan filosofis (Menelusuri keseimbangan berkelanjutan dalam interaksi manusia-lingkungan). *Jurnal Ekologi, Masyarakat Dan Sains*.
- Fauzy, A. D. (2022). Metodologi Penelitian: Metodologi Penelitian. In Rake Sarasin (Issue May). <https://www.researchgate.net/publication/380362452> METODOLOGI\_PENELITIAN
- Fletcher, K. (2021). Praktik mode dan tekstil berkelanjutan: Perjalanan desain. Earthscan.
- Ghazali, E. M., Nguyen, B., & Mutum, D. S. (2019). Pro-Environmental Behaviours and Value-Belief-Norm Theory: Assessing Unobserved Heterogeneity of Two Ethnic Groups. 1–28.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gnawali, Y. P. (2022). *Use of mathematics in quantitative research*. Ganeshman Darpan, 7(1), 10–15.
- Haditono, S. R. (2013). *Psikologi Perkembangan*. Yogyakarta: Gajah Mada Universitas Press.
- Halim, A., & Rahman, R. A. (2023). Makna Nilai Kehidupan Masyarakat Dalam Budaya Kearifan Lokal Pada Motif Kain Tapis Lampung. *Antropocene : Jurnal Penelitian Ilmu Humaniora*, 3(3), 84–91.

- Halim, F. (2020). Menggalakkan apresiasi wastra nusantara melalui desain busana.
- Handayani, A. (2023). Pemberdayaan Masyarakat dalam Pengembangan Ekowisata Berbasis Kain Tapis di Desa Negeri Katon Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 12(2), 145-160.
- Han H., Hwang J., Lee MJ (2017). Model nilai-keyakinan-emosi-norma: Meneliti perilaku ramah lingkungan pelanggan. *Jurnal Pemasaran Perjalanan & Pariwisata*, 34(5), 590–607.
- Hariyatik, H. (2022). Eksplorasi Tenun Tapestri Dengan Tema Kerusakan Alam Akibat Sampah Sebagai Karya Seni Instalasi. *Ornamen*, 19(2), 170–175.
- Harju-Autti, P. (2013). *Measuring Environmental Awareness in Nineteen States in India*. *Universal Journal of Environmental Research and Technology*, 544-554.
- Haryono, A. (2024). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kreativitas, dan Perilaku Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Kain Tapis Lampung. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 5(1), 78-95.
- Hoang, D. N. (2024). *Factors affecting sustainable fashion consumption: A systematic review and research orientations*. *Futurity Economics & Law*, 144–168.
- Kalthom Yahya, W., Husin, N., Rozila Nik Mohd Masdek, N., Rohana Daud, S., & Abdul Rahim, N. (2022). *Green products buying decision among young male and female Malaysian consumers*. *International Journal of Academic Research in Sciences*, 11(1), 240-261.
- Kautish Pradeep (2019) *Determinants of pro-environmental behavior and environmentally conscious consumer behavior: An empirical investigation from emerging market*. Volume 3 issue 1, 112-127.
- Kettunen, H., Poikolainen, J., Kouhia, A., & Autio, M. (2025). *Crafting sustainable fashion: Dimensions of care in wearer-clothing relationships*. *Fashion Theory - Journal of Dress Body and Culture*, 0(0), 1–26.
- Khotimah Husnul. (2023). Implementasi analisis SWOT dalam *strategi marketing* kerajinan tapis di Lampung *Ethnic* desa sumber gede kecamatan sekampung kabupaten Lampung Timur.
- Kimbarlina, V., & Enrico. (2021). Produk *fashion* dari limbah untuk mendukung kegiatan *sustainable fashion*. *Folio*, 2(2), 1–8.
- Kokkinen, E. (2013). *Measuring Environmental Awareness In The World*. *Lokakuu: University of Oulu*.

- Kulsum, U. (2020). *Sustainable fashion as the early awakening of the clothing industry post corona pandemic*. *International Journal of Social Science and Business*, 4(3), 422–429.
- Kusumawati, R., Tiarawati, M., Kristiana, R., & Aqmala, D. (2023). Pengaruh kesadaran lingkungan, kepedulian lingkungan, pengetahuan produk dan kesediaan membayar terhadap minat pembelian produk ramah lingkungan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 16(2), 422–436.
- Lathifah, R. (2020). Hubungan antara Kesadaran Lingkungan dan Nilai Personal dengan Perilaku Membuang Sampah Sembarangan pada Masyarakat Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.(Skripsi Sarjana, UIN Suska Riau). Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
- Legie Moentafea. (2023). Jurnal Cerdas Sifa. *Jurnal Cerdas Sifa*, 01(01), 1–10.
- Listiyani, N.E., Fahrina, Y., Purmono, B.B., Afifah, N., Setiawan, H., (2025). Dampak Nilai Altruistik, Biosferik, Kolektivistik, dan Konsumsi Terhadap Perilaku Hijau IKEA Indonesia. *J. Bisnis dan Kewirausahaan* 14, 105–119.
- Ma Arib, S., Suparno, S., & Sebayang, F. Y. A. (2024). Pengaruh Kreativitas dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Pertumbuhan Usaha Kerajinan Tapis di Pasar Lokal dan Eksternal. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 12 (2), 45-60.
- Majidah (2021). *Fashion style ustadzah sebagai komunikasi nonverbal di Pondok Pesantren Al-Iman Putri Ponorogo*. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.
- Mamun, A. Al, Hayat, N., & Masud, M. M. (2022). *Modelling the significance of value-belief-norm theory in predicting solid waste management intention and behavior*. 10(August), 1–12.
- Mandailina, V., Pramita, D., Syaharyddin, Ibrahim, Nurmiwati, & Abdillah. (2022). Uji hipotesis menggunakan software JASP sebagai upaya peningkatan kemampuan teknik analisa data pada riset mahasiswa. *Journal of Character Education Society*, 5(2), 512–519.
- Maria, R. (2022). Pengaruh sikap pada lingkungan dan norma subjektif terhadap niat berperilaku ekowisata pada destinasi wisata Labuhan Bajo.
- Martini et. al. (2024). Makna simbolik Kain Tapis Lampung Sebagai Identitas Budaya Lampung. E-ISSN:2987-1255.
- Meiliani, M. (2020). Foto: Ancaman limbah kain di balik industri busana. Kumparan. <https://kumparan.com/kumparannews/foto-ancaman-limbah-kain-di-balik-industri-busana-1srGXOIn9v4/full>
- Murniawaty Indri (2019) *An Assessment of Environmental Awareness: The Role of Ethic Education*. *Jurnal Sains dan Humaniora*, volum 2: 225

- Mushofa, M., Hermina, D., & Huda, N. (2024). Memahami populasi dan sampel: Pilar utama dalam penelitian kuantitatif. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(12).
- Mustaurida Rohmah (2022), Sentra Tapis Kemiling, Destinasi wisata Baru di Bandar Lampung. Lampung IDN TIMES Lampung. <https://lampung.idntimes.com/travel/destination/sentra-tapis-kemiling-destinasi-wisata-baru-di-bandar-lampung-00-45bft-3wxqbv>
- NIAGA.ASIA (2024) Kontribusi Industri *Modest Fashion* Mencapai Rp 220 Triliun. <https://www.niaga.asia/kontribusi-industri-modest-fashion-mencapai-rp220-triliun/#:~:text=Pada%202022%2C%20industri%20fesyen%20menyumbang,produksi%2C%20distribusi%2C%20hingga%20pemasaran>
- Niinimäki, K., Peters, G., Dahlbo, H., Perry, P., Rissanen, T., & Gwilt, A. (2020). *The environmental price of fast fashion*. *Nature Reviews Earth & Environment*, 1(4), 189-200.
- Novi Rudiyanti, Mela Aprillia, Fanesha Rahma Fitri, & Pupung Purnamasari. (2025). Pengaruh strategi pemasaran terhadap penambahan segmen pasar baru di restoran kopi express. *JISOSEPOL: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi dan Politik*, 3(1).
- Outman, A., Deracinois, B., Flahaut, C., Diab, M. A., Dhaouefi, J., Outman, A., Deracinois, B., Flahaut, C., & Diab, M. A. (2023). *Obtaining of new antioxidant and antimicrobial peptides derived from human hemoglobin by peptide hydrolysis and comparison with these obtained by bovine hemoglobin*.
- Palumian et.al., (2024). “*Influential Factors of Sustainable Entrepreneurial Intention Among Gen Y and Z Women in Indonesia*” *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen*, Vol. 20 No. 3, hlm. 571–583.
- Palupi, T., & Sawitri, D. R. (2017). Hubungan Antara Sikap Dengan Perilaku Pro-Lingkungan Ditinjau dari Perspektif *Theory Of Planned Behavior*. *Proceeding Biology Education Conference*, 14(1), 214–217.
- Prajawinanti, A., & Fitria, R. (2023). Kemampuan literasi remaja wanita di Desa Tawangrejo Kabupaten Blitar dalam menghadapi budaya fashion pada era teknologi informasi. *Berkala Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 19(1), 139–151.
- Prasetyo Harry (2025). Kiprah Jan Ayu Menghidupkan Tapis Lampung ke Panggung Mode Kekinian. <https://www.planetberita.com/profil/1001419292/kiprah-jan-ayu-menghidupkan-tapis-lampung-ke-panggung-mode-kekinian?page=2>
- Prasatyto Nugroho, M., Cahyana, A., & Asep Miftahul Falah. (2021). Penelitian antropologi kajian etnografi visual pada kain Tapis Lampung. *Jurnal Seni Rupa*, 9(2), 18–26.

- Purnama *et.al.*, (2023). PELATIHAN PRODUK TURUNAN TAPIS DI BANDAR LAMPUNG. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. EJOIN-VOLUME 1 NOMOR 12 (2023):143 -1442
- Putri, A. A., & Riani, L. P. (2024). Analisis determinan minat beli produk *sustainable fashion*. 3, 15–25.
- Qiddist Sayyida, S., & Wardaya, M. (2022). *Sustainable Fashion*, Investasi pada Produk *Fashion* yang Berkualitas untuk Mengurangi Limbah *Fashion* yang Menumpuk. *Nirmana*, 21(2), 92–96.
- Rahmadania, S., Setiawan, J.H., Putri, N.A., (2025). The Tantangan Generasi Z dalam Menyeimbangkan Gaya Hidup *Sustainable Fashion* dan Tren Fomo. *MEDIASI J. Kaji. dan Terap. Media, Bahasa, Komun.* 6, 148–163.
- Rahmadani, H. R., Maghfiroh, H., & Rista, K. (2023). Peningkatan Kesadaran Lingkungan Melalui Pelatihan Pengelolaan Sampah Plastik Dengan Prinsip 3R (*Reduce, Reuse, Recycle*) Pada Siswa Kelas 7 SMPN 3 Wonosalam. *Maslahah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 188-203.
- Riesgo, S. B., Lavanga, M., & Codina, M. (2023). Drivers and barriers for sustainable fashion consumption in Spain : a comparison between sustainable and non-sustainable consumers.
- Rumianti. S. *et.al.*, (2022). Pemanfaatan E-Commerce Dalam Pengembangan UMKM Kerajinan Tenun Tapis Perspektif Ekonomi Islam Di Kecamatan Kotabumi Selatan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*. Vol. 10 No.3, 2022. E-ISSN 2721-169X
- SADIDA, N.Q., (2023). Pengaruh Kesadaran Lingkungan, Pengetahuan, Dan Religiusitas Terhadap Niat Membeli *Sustainable Fashion* Pada Mahasiswa : Dengan Variabel Moderasi Nilai Yang Dirasakan 84.
- Salvador-Oliván, J. A., Marco-Cuenca, G., & Arquero-Avilés, R. (2021). *Evaluating survey research in articles published in library science journals*.
- Saniyah, N. F., & Tjahjawati, S. S. (2025). Dampak kesadaran lingkungan terhadap perilaku konsumen dan implikasinya terhadap strategi bisnis (Studi pengguna tumbler di Kota Bandung). *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 8(3), 352–364.
- Saputra, H. E., Nanda, G. D., & Tahir, M. (2024). *Interest in becoming a young entrepreneur in students of the Faculty of Economics* dan Pengaruh pembelajaran kewirausahaan dan motivasi kewirausahaan terhadap minat menjadi pengusaha muda pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah. 5(2), 5142–5161.
- Schwartz, S. (1977). *Normative influences on altruism. Advances in experimental social psychology*, 10(5), 221-279.
- Shafie, S., Kamis, A., Ramli, M. F., Abu Bedor, S., & Ahmad Puad, F. N. (2021). *Fashion sustainability: Benefits of using sustainable practices in producing*

- sustainable fashion designs. International Business Education Journal*, 14(1), 103–111.
- Simanungkalit, I. P., Hadining, A. F., & Kusnadi, K. (2021). Faktor yang memengaruhi perilaku peduli lingkungan: Pengembangan model menggunakan *Theory of Planned Behavior* dan *Norm Activation Model*. *IJEEM - Indonesian Journal of Environmental Education and Management*, 6(2), 195–207.
- Sinaga, R. M. S. (2021). Belah Ketupat" Representasi Identitas Masyarakat Kabupaten Tanggamus". *Repositorylppmunila*.
- Siti, R. P., Fitriyani, R., & Intan, A. P. (2021). Faktor pendorong purchase intention produk *sustainable fashion* pada UMKM. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 21(1), 35–44.
- Sofriana Imaningsih, E., Yusliza, M. Y., Hamdan, H., Marlapa, E., & Shiratina, A. (2023). *Towards green behavior: Egoistic and biospheric values enhance green self-identities*. *Jurnal Manajemen*, 27(3), 449–470.
- Stankevičiūtė, Ž., & Jarmalavičiūtė, I. (2025). *The perspectives of women on sustainable fashion consumption: Comparative study of university teachers and students*. *PLoS ONE*, 20(2 February), 1–22.
- Stern, P. C. (2000). *New environmental theories: Toward a coherent theory of environmentally significant behavior*. *Journal of Social Issues*, 56(3), 407–424.
- Sudaryana, B., & Agusiady, R. (2022). Metodologi penelitian kuantitatif. Deepublish.
- Sugiarto, A., & Gabriella, D. A. (2020). Kesadaran dan perilaku ramah lingkungan mahasiswa di kampus. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 9(2), 260.
- Sugiyono (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Sundari, H. D., & Herawati, H. (2023). Gerakan pendidikan ramah lingkungan melalui *workshop sustainable fashion*. *Jendela PLS*, 8(2), 216–223.
- Surabaya Tantyawati, D., Puspita, C., Septiani, D., Studi, P., Sumber, P., Manusia, D., Pascasarjana, S., Airlangga, U., & Timur, J. (2023). *Development strategies for the creative fashion industry in Surabaya's handmade bag MSES. Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 9216–9223.
- Suriani N, dkk (2023) Konsep Populasi dan Smpling serta pemilihan pertisipasiin ditinjau dari penelitian ilmiah pendidikan. *Jurnal pendidikan islam*. E-ISSN 2977-1298, Vol 1 Nomor 2.
- Susiana. (2017). Motif kain Tapis pada kerajinan tradisional adat Lampung dalam perspektif etnomatematik sebagai kekayaan matematika dan budaya.

- T.H.A, G. A., & Falah, A. M. (2022). *Trend fashion, aurat dan komunitas emak-emak di lingkungan Ujung Berung*. *Jurnal ATRAT*, 10(2), 154–161.
- Trihapsari, T., Shadiqi, M.A., Achmad, R.A., (2024). Kekuatan Nilai untuk Melestarikan Biosper: Menguji Peranan Orientasi Nilai Terhadap Perilaku Berkelanjutan. *Mediapsi* 10, 207–218.
- Tusyanah, T., Pujiati, A., Sakitri, W., Wibowo, S. B., & Ismiyati, I. (2024). *Exploring the role of personal norms and environmental concerns in pro-environmental behavior: A value-belief-norm theory perspective*. *Atlantis Press International BV*.
- Utami, N. L. A. P., Sukawati, T. G. A., & Pebryani, N. D. (2024). *Sustainable fashion di Indonesia: Strategi dan tantangan brand Jarum Hijau by Ali Charisma*. *Creatives Commons*, 154–164.
- V. Wiratna Sujarweni. (2022). Metodologi penelitian. *PT. Pustaka Baru*.
- Vivo Benfica Gallo, F., & Jimmy Carter Tambotoh, J. (2024). Pengukuran tingkat kepuasan pengguna *flexible learning* di Universitas Kristen Satya Wacana menggunakan pendekatan end user computing satisfaction (EUCS). *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 8(1), 1146–1153.
- Wang, J., Pham, T. L., & Dang, V. T. (2020). *Environmental consciousness and organic food purchase intention: A moderated mediation model of perceived food quality and price sensitivity*. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(3), 1–18.
- Wang, X., Van der Werff, E., Bouman, T., Harder, M. K., & Steg, L. (2021). *I Am vs. We Are: How Biospheric Values and Environmental Identity of Individuals and Groups Can Influence Pro-environmental Behaviour*. *Frontiers in Psychology*, 12(July), 1–11.
- Waruwu, M., Pu`at, S. N., Utami, P. R., Yanti, E., & Rusydiana, M. (2025). Metode penelitian kuantitatif: Konsep, jenis, tahapan dan kelebihan. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 10(1), 917–932.
- Widjono HS. (2007). Definisi operasional variabel. Diakses dari [http://books.google.co.id/books?id=BADrCn6lQ0oC&pg=PA120&dq=def inisi+operasional&hl=en&sa=X&ei=TTfQLP3CoWPrgfwuIHIBQ&redir\\_esc=y#v=onepage&q=definisi%20operasional&f=false](http://books.google.co.id/books?id=BADrCn6lQ0oC&pg=PA120&dq=def inisi+operasional&hl=en&sa=X&ei=TTfQLP3CoWPrgfwuIHIBQ&redir_esc=y#v=onepage&q=definisi%20operasional&f=false).
- Williamson, A. (1997). *Trust: The social virtues and the creation of prosperity*. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 26(3), 369–373.
- Yahya N (2025). Pelestarian Kain Tradisional Indonesia yang Ramah Lingkungan dan Berkelanjutan. <https://hatipena.com/artikel-opini/pelestarian-kain-tradisional-indonesia-yang-ramah-lingkungan-dan-berkelanjutan/>