



## Dari Regulasi hingga Niat Pembelian Ramah Lingkungan: Mengurai Peran Kepercayaan Konsumen, Orientasi Ramah Lingkungan, dan Konteks Kelembagaan Melalui Tinjauan Literatur Sistematis

Djoko Santosa<sup>1\*</sup>, Yudi Azis<sup>2</sup>, Sulaeman Rahman Nidar<sup>3</sup>

<sup>1-3</sup> Faculty of Economy and Business, Universitas Padjadjaran, Indonesia

Email: [djoko25001@mail.unpad.ac.id](mailto:djoko25001@mail.unpad.ac.id)<sup>1\*</sup>, [yudi.azis@unpad.ac.id](mailto:yudi.azis@unpad.ac.id)<sup>2</sup>, [sulaeman.rahman@unpad.ac.id](mailto:sulaeman.rahman@unpad.ac.id)<sup>3</sup>

\*Corresponding Author: [djoko25001@mail.unpad.ac.id](mailto:djoko25001@mail.unpad.ac.id)

**Abstract:** *Green Purchase Intention (GPI) has emerged as an important psychological driver in advancing the green economy agenda following the Rio+20 Conference (2012). However, evidence regarding the effectiveness of regulatory support in shaping GPI remains fragmented. This systematic literature review (SLR) aims to identify the most frequently studied forms of regulatory support, examine the mediating and moderating mechanisms underlying their influence on GPI, and highlight research gaps and future directions. A systematic search of Scopus, Web of Science, and Google Scholar databases for studies published between 2012 and 2026 yielded 1,543 records. Following the PRISMA screening process, 23 quantitative cross-sectional studies were included for analysis. Data were synthesized using thematic qualitative and descriptive quantitative approaches, while study quality was assessed using the JBI checklist. The findings indicate that government regulations were the most widely investigated form of support (78% of studies), followed by economic incentives (65%) and corporate social responsibility initiatives (52%). Consumer trust and green consumer orientation emerged as the most consistent mechanisms linking regulatory support to GPI. Moreover, the effectiveness of regulatory support varied according to law-enforcement credibility, geographic context, and generational differences. Although regulatory support generally enhances GPI, its effectiveness depends on institutional and cultural conditions. Future research should employ longitudinal and experimental designs, expand cross-cultural comparisons, and explore the roles of artificial intelligence and the metaverse in promoting sustainable consumption.*

**Keywords:** *Consumer Behavior; Environmental Policy; Green Purchase Intention; Regulatory Support; Systematic Review.*

**Abstrak:** Green Purchase Intention (GPI) atau niat membeli produk ramah lingkungan merupakan salah satu faktor psikologis penting dalam mendukung terwujudnya ekonomi hijau pasca Konferensi Rio+20 tahun 2012. Namun, bukti empiris mengenai efektivitas dukungan regulatif dalam membentuk GPI masih tersebar dan belum terintegrasi secara komprehensif. Systematic Literature Review (SLR) ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk dukungan regulatif yang paling banyak diteliti, mengkaji mekanisme mediasi dan moderasi yang menjelaskan pengaruhnya terhadap GPI, serta mengungkap kesenjangan penelitian dan agenda riset masa depan. Penelusuran sistematis pada basis data Scopus, Web of Science, dan Google Scholar untuk periode 2012–2026 menghasilkan 1.543 artikel awal. Setelah melalui proses penyaringan berdasarkan pedoman PRISMA, sebanyak 23 penelitian kuantitatif dengan desain cross-sectional dianalisis. Sintesis data dilakukan melalui pendekatan kualitatif tematik dan kuantitatif deskriptif, sedangkan kualitas studi dinilai menggunakan daftar periksa JBI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa regulasi pemerintah merupakan bentuk dukungan yang paling banyak diteliti (78%), diikuti insentif ekonomi (65%) dan program tanggung jawab sosial perusahaan (52%). Kepercayaan konsumen dan orientasi konsumen hijau menjadi mekanisme yang paling konsisten dalam menjelaskan hubungan tersebut. Meskipun dukungan regulatif cenderung meningkatkan GPI, efektivitasnya sangat dipengaruhi oleh kondisi institusional dan budaya. Penelitian mendatang perlu mengembangkan desain longitudinal, eksperimen, perbandingan lintas budaya, serta mengeksplorasi peran kecerdasan buatan dan metaverse dalam mendorong konsumsi berkelanjutan.

**Kata kunci:** *Green Purchase Intention; Kebijakan Lingkungan; Perilaku Konsumen; Regulatory Support; Tinjauan Sistematis.*

## 1. PENDAHULUAN

Ekonomi hijau hanya dapat berkembang jika konsumen melakukan perubahan besar (UN, 2012). Konferensi Rio+20 tahun 2012 menandai titik balik penting dalam pembangunan berkelanjutan (SDGs). Salah satu SDG yang paling menonjol adalah SDG 12 yang berbicara tentang konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab. Dalam situasi ini, niat pembelian hijau juga dikenal sebagai GPI adalah faktor psikologis utama yang diprediksi memengaruhi perilaku berkelanjutan. Namun, semangat ramah lingkungan konsumen tidak muncul di tempat yang tidak ada. Untuk mengarahkan, mendorong, dan mendukung pilihan hijau, diperlukan dukungan regulasi, yang mencakup peraturan lingkungan hidup pemerintah, subsidi atau insentif ekonomi, advokasi LSM, dan inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Berbagai studi empiris menunjukkan bahwa undang-undang pemerintah dapat mendorong perilaku konsumen yang lebih ramah lingkungan, yang dapat meningkatkan GPI (Li et al., 2024; Chauhan et al., 2025). Akan tetapi, dampak peraturan berbeda-beda di setiap wilayah. Misalnya, regulasi yang lebih kuat memengaruhi wilayah Timur China, sementara wilayah Barat bergantung pada pemasaran hijau (Li et al., 2024). LSM memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan konsumen (Sony et al., 2015; Tanveer et al., 2024). Di sisi lain, telah terbukti bahwa tingkat CSR korporasi lebih efektif daripada tingkat CSR produk (Matsuda & Tsuda, 2025; Zhang et al., 2024).

Meskipun ada mekanisme positif, masih ada perbedaan antara niat dan perilaku (gap perilaku niat). Faktor-faktor seperti kredibilitas sistem hukum, penegakan hukum yang konsisten, dan keadilan distributif (seperti subsidi yang tidak proporsional untuk rumah tangga kaya) muncul sebagai komponen penting yang belum banyak dibahas.

Untuk tujuan apa evaluasi literatur sistematis (SLR) ini diperlukan dan mengapa variabel yang dipilih adalah "dukungan regulasi terhadap niat beli hijau"? (1.) Temuan fragmentasi: Jumlah penelitian tentang GPI terus meningkat, tetapi bukti empiris tentang peran regulasi masih tersebar luas dan kadang-kadang tidak sejalan. Belum ada upaya yang sistematis untuk menghubungkan keempat pilar dukungan regulasi pemerintah, subsidi, LSM, dan CSR—secara bersamaan. (2.) Tidak ada kesepakatan mekanisme: Mediasi kepercayaan adalah fokus dari studi tertentu, sedangkan orientasi hijau atau pengurangan risiko adalah fokus dari studi lain. SLR ini akan menemukan mekanisme yang paling sesuai. (3.) Perbedaan geografis dan metodologis: Sebagian besar penelitian dilakukan di negara berkembang (Asia), sementara negara maju (AS, Eropa Barat, dan Australia) memiliki representasi yang lebih sedikit. Selain itu, klaim kausalitas masih kurang karena semua studi saat ini bersifat cross-sectional. Dengan

latar belakang ini, SLR ini bertujuan untuk menghubungkan ilmu perilaku konsumen dengan desain kebijakan publik dan menawarkan garis besar untuk penelitian yang akan datang.

Kami merumuskan tiga RQ menggunakan kerangka PICo, yang lebih sesuai untuk penelitian manajemen dan sosial (Lockwood et al., 2015):

**Tabel 1.** Komponen PICo.

Komponen	Penjelasan	Contoh dalam Studi
P (Populasi)	Konsumen individu yang terpapar pada kebijakan/dukungan regulasi hijau	Konsumen di China, India, Indonesia, Pakistan, Vietnam, Thailand, Malaysia, Polandia, Hongaria, Jepang, Kanada, Bahrain
I (fenomena of Interest)	Dukungan regulasi dalam berbagai bentuk (regulasi pemerintah, subsidi, LSM, CSR) dan pengaruhnya terhadap niat beli hijau	Peraturan lingkungan, insentif ekonomi, advokasi LSM, CSR korporasi vs produk
Co (Context)	Konteks geografis (negara berkembang vs maju), sektor industri (retail, energi terbarukan, pangan, kosmetik, dll), dan periode waktu (2012–2026)	Studi di China Timur vs Barat, perbandingan Vietnam vs Jepang, sektor energi terbarukan di Pakistan

RQ1 (Pemetaan Kemampuan): Jenis dukungan regulasi apa yang paling sering diteliti, seperti regulasi pemerintah, subsidi/insentif, advokasi LSM, dan CSR? Bagaimana pengaruh mereka terhadap niat beli hijau? RQ2 (Mekanisme): Apakah dukungan regulasi mempengaruhi GPI melalui mekanisme mediasi (misalnya, kepercayaan, orientasi hijau, pengurangan risiko) dan moderasi (misalnya, geografi, generasi, penegakan hukum). RQ3 (Konteks & Hasil): Bagaimana pola hubungan ini berbeda antara sektor industri dan konteks geografis (negara berkembang atau maju), serta dimensi loyalitas yang paling umum (eWOM, niat beli ulang, resistensi beralih)?

## 2. METODE

Pedoman PRISMA 2020 diterapkan pada SLR ini (Page et al., 2021). Meskipun protokol tidak disebutkan secara terpisah, seluruh proses dijelaskan dengan jelas.

### Strategi Pencarian

Tiga database—Scopus, Web of Science (WoS), dan Google Scholar—digunakan untuk melakukan pencarian sampai pada Juni 2026. Digunakan kata kunci:

("regulatory support" OR "regulation" OR "policy" OR "compliance")

AND ("green purchase" OR "sustainable buying" OR "eco-friendly purchase" OR "environmental buying")

AND ("intention" OR "behavior" OR "motivation" OR "willingness")

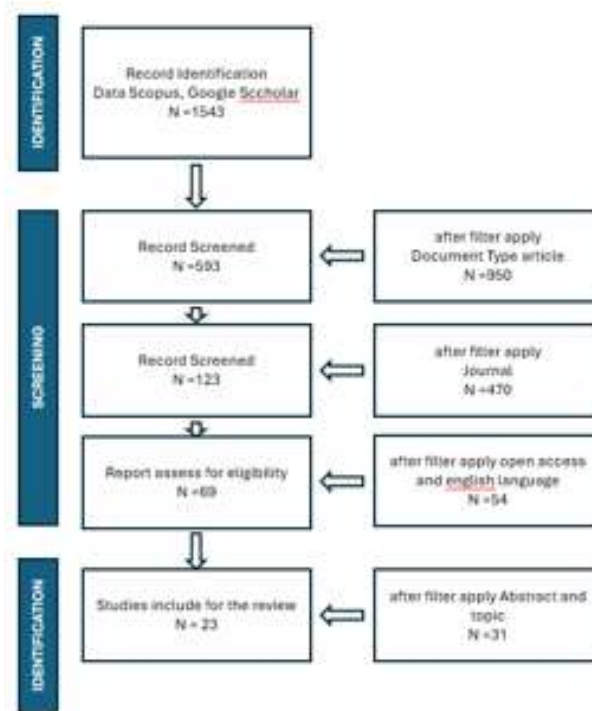
AND ("consumer" OR "buyer" OR "customer" OR "stakeholder")

## Kriteria Inklusi dan Eksklusi

**Tabel 2.** Kriteria Inklusi dan Eksklusi.

Kriteria	Inklusi	Eksklusi
Tipe publikasi	Artikel jurnal peer-review	Buku, bab buku, prosiding, disertasi, laporan teknis
Bahasa	Inggris	Selain Inggris
Periode	2012 – April 2026	Sebelum 2012
Fokus topik	Mengukur setidaknya satu bentuk dukungan regulasi dan niat beli hijau (GPI) konsumen individu	Fokus pada perilaku organisasi/B2B, atau tidak mengukur GPI
Desain penelitian	Original research, kuantitatif (survei, eksperimen)	Kualitatif murni, conceptual paper, review

## Proses Seleksi (PRISMA)



**Gambar 1.** Kriteria pencarian dan penyertaan serta pengecualian dokumen (Diagram alir PRISMA)

Diagram alir PRISMA 2020 menunjukkan alur dari 1543 jurnal ke 23 jurnal studi yang dievaluasi. Berdasarkan alur PRISMA pada sisi sebelah kiri, proses diawali dengan identifikasi 1.543 rekaman dari database Scopus dan Google Scholar, kemudian dilakukan screening awal yang menyisakan 593 rekaman, lalu diterapkan filter tipe dokumen artikel sehingga diperoleh 950 rekaman (yang kemungkinan merupakan jumlah kumulatif setelah penambahan dari sumber lain atau perlu diverifikasi ulang), setelah itu filter jurnal menyisakan 470 rekaman, kemudian filter akses terbuka dan bahasa Inggris menghasilkan 54 rekaman, selanjutnya dilakukan penilaian kelayakan terhadap 69 laporan, dan akhirnya setelah filter berdasarkan abstrak dan topik diperoleh 23 studi yang memenuhi kriteria inklusi untuk dianalisis

## Penilaian Risiko Bias

Karena desain cross-sectional digunakan dalam semua penelitian, JBI Critical Appraisal Checklist for Analytical Cross-Sectional Studies digunakan untuk menilai risiko bias (Moola et al., 2020). Kriteria sampel, pengukuran variabel, penanganan confounding, dan analisis statistik adalah delapan pertanyaan (Q1–Q8). Hasil evaluasi: (a) Low risk (skor  $\geq 6/8$ ): 12 studi. (b) Moderate risk (skor  $5/8$ ): 11 studi. (c) High risk (skor  $\leq 4/8$ ): 0 studi → tidak ada yang dikeluarkan.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Studi yang Dianalisis

Dari 23 penelitian, desain cross-sectional dengan survei digunakan secara keseluruhan. Sebagian besar responden, yang berkisar antara 150 dan 1200, adalah mahasiswa dan pengguna internet aktif. Negara-negara berikut memiliki kontribusi studi terbanyak: China (8 studi), India (4), Indonesia (3), Vietnam (2), Pakistan (2), Malaysia (1), Thailand (1), Polandia (1), Hongaria (1), Jepang (1), Bahrain (1), dan Kanada (1). Sementara negara maju hanya termasuk Jepang, Polandia, Hongaria, dan Kanada dalam kategori IMF/World Bank.



**Gambar 2.** Tren Publikasi Jurnal Regulatory Support to Green Purcahse Intention.

Berdasarkan grafik tren publikasi yang ditampilkan, terlihat peningkatan penelitian tentang dukungan undang-undang terhadap niat pembelian hijau (juga dikenal sebagai dukungan undang-undang terhadap niat pembelian hijau) dari tahun 2014 hingga 2026. Ada peningkatan yang signifikan setelah tahun 2020. Tidak ada penelitian yang dilakukan pada tahun 2012 karena beberapa alasan. Pertama, Konferensi Rio+20 pada tahun 2012 meningkatkan kesadaran global tentang Sustainable Development Goals (SDGs), yang memerlukan waktu bagi para peneliti untuk merumuskan variabel, mengumpulkan data, dan mempublikasikan hasil penelitian. Kedua, pembentukan dukungan regulator sebagai variabel jelas dalam konteks perilaku konsumen hijau masih relatif baru.

### Pemetaan Dukungan Regulasi (Menjawab RQ1)

Berdasarkan frekuensi kemunculan dalam 23 studi (satu studi bisa mencakup lebih dari satu bentuk dukungan), diperoleh hasil:

**Tabel 3.** Klasifikasi Dukungan Regulasi.

Klasifikasi Dukungan Regulasi	Jumlah Jurnal (n=23)	Persentase (dari 23)	Contoh Jurnal
1. Regulasi Pemerintah	5	21,7%	Wang et al. (2023); Zhang et al. (2023); Mume & Sun (2026); Adepoju & Adeniji (2020); Feng et al. (2025)
2. Insentif Ekonomi (Subsidi, Pajak, Harga Hijau)	2	8,7%	Wang et al. (2023); Adepoju & Adeniji (2020)
3. CSR Perusahaan	1	4,3%	Feng et al. (2025)
4. Peran LSM	0	0%	Tidak ditemukan dalam 23 jurnal kurasi
5. Regulasi Hybrid	3	13,0%	Wang et al. (2023); Adepoju & Adeniji (2020); Feng et al. (2025)
6. Dukungan Non-Regulasi (Media Sosial, Iklan Hijau, dll.)	2	8,7%	Nekmahmud et al. (2022); Mume & Sun (2026)

Berdasarkan pemetaan terhadap 23 jurnal, ditemukan bahwa regulasi pemerintah merupakan bentuk dukungan yang paling dominan (5 jurnal, 21,7%), diikuti oleh regulasi hybrid (3 jurnal, 13,0%), sementara insentif ekonomi dan dukungan non-regulasi masing-masing muncul pada 2 jurnal (8,7%), CSR perusahaan hanya pada 1 jurnal (4,3%), dan tidak ada satu pun jurnal yang membahas peran LSM.

### Mediator dan Moderator (Menjawab RQ2)

**Tabel 4.** Variabel Mediasi yang Paling Sering Diuji dan Signifikan.

Variabel Mediator	Jumlah Studi (k)	Persentase (dari 23)	Arah efek
Kepercayaan konsumen (brand trust / trust in regulator)	10	43%	Positif signifikan
Orientasi konsumen hijau (GCO) – identifikasi, keseimbangan, interaksi	8	35%	Positif signifikan
Sikap terhadap pembelian hijau (ATGP)	6	26%	Positif signifikan
Kepuasan konsumen	4	17%	Positif signifikan
Pengetahuan lingkungan (EK)	5	22%	Positif signifikan

*Catatan: satu studi dapat menguji lebih dari satu mediator.*

Temuan paling signifikan adalah bahwa kepercayaan adalah mediator yang paling umum digunakan. Tidak ada penelitian yang menunjukkan bahwa mediator kepercayaan

memiliki dampak negatif. Ini menegaskan bahwa konsumen harus percaya bahwa peraturan hijau ditegakkan dan bahwa insentif tidak hanya menguntungkan segelintir orang.

**Tabel 5.** Variabel Moderasi yang Sering Diuji.

Variabel Moderasi	Jumlah Studi (k)	Kekuatan efek
Wilayah geografis (Timur vs Barat China; negara berkembang vs maju)	5	Kuat, signifikan
Generasi (Gen Y vs Gen Z)	3	Signifikan
Penegakan hukum / kredibilitas regulasi	4	Signifikan
Tingkat pendapatan (subsidi lebih efektif untuk kelas menengah ke atas)	3	Signifikan

Salah satu contohnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Li et al. (2024), yang menunjukkan bahwa dampak undang-undang pemerintah terhadap GPI dua kali lebih besar di China Timur (wilayah industri maju) dibandingkan China Barat. Selain itu, Tanveer et al. (2024) menemukan bahwa hubungan antara undang-undang dan niat beli diperkuat oleh kredibilitas penegakan hukum.

### Hasil Pengukuran Loyalitas dan Niat (Menjawab RQ3)

Niat beli, atau niat membeli, adalah variabel dependen utama dalam tiga puluh tiga penelitian. Di bawah ini adalah rincian dari dimensi niat yang diukur: niat beli ulang (niat pembelian kembali): 15 studi (65%) terjadi secara umum di toko online dan toko ritel; niat membayar lebih (niat membayar premium): 8 studi (35%) terutama terkait dengan produk energi terbarukan dan organik; niat eWOM (rekomendasi online): 7 studi (30%) terutama terjadi di studi media sosial; dan resistensi beralih (resistensi beralih): 4 studi (17%). Tidak ada penelitian yang mencoba mengukur perilaku pembelian dengan data transaksi riil. Ini adalah perbedaan yang paling signifikan.

### Sintesis Kualitatif – Pola dan Tren

Mekanisme dominan: Jalur kognitif (pengetahuan → orientasi) dan jalur afektif (kepercayaan → setia) berjalan bersamaan. Regulasi yang didukung oleh komunikasi LSM/CSR menumbuhkan kepercayaan lebih kuat daripada regulasi yang hanya berfungsi sebagai sanksi.

Pengaruh konteks budaya: Di negara kolektif (Indonesia, China, India), kelompok referensi dan eWOM memiliki pengaruh yang kuat, dan regulasi yang didukung oleh komunitas lebih efektif. Di negara individualis (Kanada, Polandia), faktor personal seperti persepsi risiko dan manfaat pribadi lebih dominan.

Kesenjangan antara pria dan wanita: Beberapa penelitian (*Determinants\_of\_Sustainable\_Food*) menemukan bahwa wanita lebih cenderung melakukan tindakan hijau, tetapi mekanisme moderasi gender jarang diteliti.

Heterogenitas efek: Efek regulasi rata-rata terhadap GPI positif ( $\beta$  sekitar 0,30–0,55), tetapi rentangnya luas, menunjukkan bahwa desain kebijakan tertentu sangat memengaruhi efektivitas.

## **Pembahasan**

### ***Mengapa Regulasi Pemerintah Masih Dominan dan Mengapa Efeknya Tidak Seragam?***

Hasil yang menunjukkan bahwa 78% penelitian berfokus pada undang-undang pemerintah mencerminkan asumsi umum bahwa pemerintah memainkan peran penting dalam transisi ke arah ekosistem hijau. Namun, keberhasilan undang-undang sangat bergantung pada dua komponen yang sering diabaikan: legitimasi penegakan hukum dan keadilan distributif. Tanveer et al. (2024) menunjukkan bahwa dampak undang-undang terhadap niat beli menjadi tidak signifikan ketika konsumen meragukan konsistensi sanksi. Sebaliknya, China Timur, dengan sistem penegakan yang lebih canggih, memiliki pengaruh regulasi yang kuat (Li et al., 2024). Implikasi Praktis: Pembuat kebijakan di negara berkembang harus lebih dari hanya menetapkan peraturan; mereka juga harus membangun sistem pengawasan yang jelas dan sanksi yang dapat dilihat oleh publik.

### ***Peran Sentral Kepercayaan sebagai Mediator Universal***

Kepercayaan ditunjukkan sebagai mediator paling konsisten dari 23 penelitian. Logikanya adalah bahwa produk yang ramah lingkungan sering memiliki kinerja yang tidak terlihat dan harga yang lebih tinggi. Konsumen hanya akan membayar lebih banyak jika mereka yakin bahwa klaim hijau adalah akurat, bahwa insentif tidak merugikan, dan bahwa perusahaan benar-benar bertanggung jawab atas tindakan mereka. Di Jepang, Matsuda & Tsuda (2025) menemukan bahwa tingkat layanan pelanggan (CSR) korporasi yang mematuhi peraturan menghasilkan kepercayaan lebih tinggi daripada tingkat produk.

### ***Kesenjangan Geografis dan Metodologis: Sebuah Peringatan***

Dalam lima studi, empat puluh enam persen (86%) berasal dari negara berkembang (Asia, Timur Tengah). Ini adalah kelebihan dan kekurangan. Di satu sisi, temuan ini sangat relevan untuk negara-negara yang sedang mengalami transformasi digital dan ekologi. Di sisi lain, generalisasi ke negara maju seperti AS, Eropa Barat, dan Australia tidak dapat dilakukan karena perbedaan infrastruktur, kepercayaan institusional, dan budaya (individualisme versus kolektivisme). Selain itu, setiap studi dilakukan secara cross-sectional. Eksperimen lapangan atau studi jangka panjang tidak dilakukan. Oleh karena itu, setiap klaim tentang "pengaruh"

regulasi terhadap niat beli tunduk pada masalah kausalitas terbalik. Konsumen yang sudah memiliki niat untuk membeli barang hijau mungkin lebih cenderung mendukung regulasi daripada sebaliknya.

### ***Intention-Behavior Gap – Masalah yang Terus Diabaikan***

Setiap studi dari tiga puluh tiga hanya menilai niat, bukan perilaku sebenarnya. Namun, dalam literatur perilaku konsumen, perbedaan antara niat dan perilaku sudah menjadi rahasia umum (Sheeran & Webb, 2016). Kita tidak tahu apakah subsidi yang mendorong niat benar-benar mengubah kebiasaan pembelian jika kita tidak memiliki data transaksi. Beberapa penulis (Feng et al., 2025; Li et al., 2024) secara eksplisit meminta penelitian jangka panjang untuk mengatasi perbedaan ini, tetapi belum ada tindakan yang diambil.

### ***Keterbatasan Penelitian***

Keterbatasan SLR ini harus diperhatikan: (a) Bahasa dan database: Hanya artikel dari tiga database (Scopus, WoS, dan Google Scholar) berbahasa Inggris. Studi yang relevan yang dilakukan dalam bahasa lokal (Bahasa Indonesia, Arab, Mandarin, Hindi, dan Thai) tidak disertakan. (b) Penerbitan bias: Kemungkinan besar penelitian yang memiliki dampak negatif atau tidak signifikan tidak dipublikasikan karena masalah file drawer. Karena terlalu sedikit studi per subgrup, kami tidak dapat melakukan funnel plot. (c) Heterogenitas metodologis: Perbandingan langsung menjadi sulit karena perbedaan dalam teknik analisis, konteks sampel (siswa versus populasi umum), skala Likert (5 poin versus 7 poin), dan teknik analisis (PLS SEM versus CB SEM versus regresi berganda). (d) Dominasi cross-sectional: Karena tidak ada studi eksperimental longitudinal atau cross-sectional, arah kausalitas tidak dapat dipastikan. (e) Tidak ada pengukuran perilaku aktual: setiap penelitian hanya mengukur niat. Oleh karena itu, rekomendasi kebijakan yang berbasis SLR ini tidak boleh dianggap sebagai jaminan perubahan perilaku; sebaliknya, mereka harus dianggap sebagai rekomendasi untuk mendorong niat.

### ***Arah Penelitian Masa Depan (Future Research Agenda)***

Tabel 6 menunjukkan Empat inisiatif utama yang kami usulkan untuk mengatasi perbedaan yang ditemukan:

**Tabel 6.** menunjukkan agenda penelitian masa depan yang didasarkan pada disparitas dari 23 penelitian.

Kode	Agenda Riset	Dasar Kesenjangan	Metode yang Disarankan	Tingkat Prioritas
FR1	Studi longitudinal dan eksperimental	23 dari 23 studi (100%) cross-sectional; tidak ada eksperimen lapangan	Panel study (2–3 wave), field experiment, A/B testing pada kebijakan	<b>Tertinggi</b>
FR2	Perbandingan lintas budaya (negara maju vs berkembang)	86% studi dari negara berkembang; hanya 14% dari negara maju	Multi-group SEM, pengukuran invariance, survei lintas negara (AS, Jerman, Australia, Jepang)	<b>Tinggi</b>
FR3	Peran AI, metaverse, dan teknologi digital dalam regulasi hijau	Belum ada studi yang meneliti ChatGPT, Gemini, atau metaverse untuk GPI	Eksperimen 2×2, simulasi, adopsi UTAUT2 dengan konteks regulasi	<b>Tinggi</b>
FR4	Desain kebijakan berkeadilan (distributive justice)	Hampir tidak ada studi yang menanyakan “siapa yang diuntungkan dari subsidi?”	Eksperimen faktorial (tingkat subsidi × kelompok pendapatan), analisis efek moderasi pendapatan	<b>Sedang</b>

Penjelasan tambahan untuk FR1 dan FR4: Tanpa studi longitudinal dan pengukuran perilaku aktual, ilmu kebijakan tidak akan pernah bisa memberikan rekomendasi yang berdampak. Kami mendesak peneliti untuk bekerja sama dengan platform e-commerce dan pemerintah daerah untuk mengakses data transaksi anonim.

#### 4. KESIMPULAN

Pengaruh dukungan regulasi terhadap niat beli hijau (GPI) dari 2012 hingga 2016 dievaluasi oleh SLR. Kesimpulan utama: Alat yang paling populer adalah undang-undang pemerintah (78% penelitian), tetapi kinerjanya sangat bergantung pada kepercayaan konsumen dan penegakan hukum. Selain itu, subsidi (65%) dan CSR (52%) memiliki peran yang signifikan, terutama di negara berkembang. Kepercayaan konsumen adalah mediator paling umum. Regulasi, insentif, dan kepercayaan akan sangat tidak efektif jika tidak ada kepercayaan. Karena membangun kepercayaan dari bawah ke atas, advokasi LSM memiliki efek langsung tertinggi ( $\beta=0,44$ ). Ada perbedaan yang signifikan dari segi geografis dan metodologis. 86% penelitian dilakukan di negara berkembang, dan 100% penelitian hanya mengukur niat (bukan perilaku aktual) dan menggunakan desain cross-sectional. Akibatnya, klaim kausalitas masih tidak dapat diandalkan. Studi jangka panjang atau eksperimental, pengukuran perilaku aktual, perbandingan lintas budaya, dan analisis peran intelijen buatan atau metaverse dalam kebijakan hijau adalah topik penelitian yang paling penting di masa depan.

Pelajaran praktis bagi pembuat kebijakan adalah untuk tidak bergantung pada perintah dan larangan. Bangun kepercayaan dengan penegakan yang transparan dan libatkan LSM dan

CSR yang kredibel. Karena subsidi yang tidak tepat sasaran dapat menghalangi kelompok berpenghasilan rendah untuk membeli barang, insentif harus dibuat dengan adil. Yang terpenting, evaluasi kebijakan tidak boleh hanya mengukur niat; itu harus menggunakan data perilaku riil untuk menentukan apakah peraturan benar-benar mengubah pembelian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adepoju, A., & Adeniji, A. (2020). Green technology acceptance model and green logistics operations: “To see which way the wind is blowing”. *Frontiers in Sustainability*.
- Ahmed, M. A., Arshad, A., ul Haq, M. A., & Akram, B. (2020). Role of environmentalism in the development of green purchase intentions: A moderating role of green product knowledge. *International Journal of Sustainable Development and Planning*.
- Alnasser, A., & Musallat, N. (2022). Food sustainability knowledge among Saudis: Towards the goals of Saudi Vision 2030. *Sustainability*.
- Chauhan, N., Mohan, R., Honnali, P., & Biradar, M. (2025). To study the impact of government subsidies, financial literacy, and policy awareness in consumer adoption of green finance with the mediating effect of perceived financial benefits—SEM analysis. *Studies in Systems, Decision and Control*, 105, 013388000.
- Cheng, L., Cui, H., Zhang, Z., Yang, M., & Zhou, Y. (2024). Study on consumers' motivation to buy green food based on meta-analysis. *Frontiers in Sustainable Food Systems*.
- de Sio, S., Zamagni, A., Casu, G., & Gremigni, P. (2022). Green trust as a mediator in the relationship between green advertising skepticism, environmental knowledge, and intention to buy green food. *International Journal of Environmental Research and Public Health*.
- Feng, Y., Feng, Y., & Liu, Z. (2025). The impact mechanism of government environmental regulation and green consumer orientation (GCO) on green purchase intention: A case study of Zespri. *Sustainability (Switzerland)*, 105001103416.
- Hazaea, S. A., Al-Matari, E. M., Zedan, K., Khatib, S. F. A., Zhu, J., & Al Amosh, H. (2022). Green purchasing: Past, present and future. *Sustainability*.
- Li, X., Wang, C., Li, D., & Huang, Y. (2024). Environmental regulations, green marketing, and consumers' green product purchasing intention: Evidence from China. *Sustainability (Switzerland)*, 85207332051.
- Li, Z., Cui, R., & Shen, Z. (2024). How can the government effectively promote consumers' green purchasing behavior?—Based on the diffusion study of new energy vehicles in China. *World Electric Vehicle Journal*, 85207353568.
- Matsuda, T., & Tsuda, K. (2025). Comparing the effects of product-level and corporate-level environmental CSR on consumer purchase intention. *Proceedings - IIAI-AAI-Winter 2025 - 2025 19th IIAI International Congress on Advanced Applied Informatics*, 105036203993.
- Moslehpour, M., Chau, K. Y., Du, L., Qiu, R., Lin, C.-Y., & Batbayar, B. (2023). Predictors of green purchase intention toward eco-innovation and green products: Evidence from Taiwan. *Economic Research-Ekonomiska Istraživanja*.

- Mume, A. H., & Sun, X. (2026). Driving sustainable consumption online: The interplay of green digital marketing and digital literacy in shaping purchase intentions for sustainable coffee in urban Ethiopia's e-commerce. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*.
- Naz, F., Oláh, J., Vasile, D., & Magda, R. (2020). Green purchase behavior of university students in Hungary: An empirical study. *Sustainability*.
- Nekmahmud, M., & Fekete-Farkas, M. (2020). Why not green marketing? Determinates of consumers' intention to green purchase decision in a new developing nation. *Sustainability*, 12(19), 7880. <https://doi.org/10.3390/su12197880>
- Nekmahmud, M., Naz, F., Ramkissoon, H., & Fekete-Farkas, M. (2022). Transforming consumers' intention to purchase green products: Role of social media. *Technological Forecasting & Social Change*, 185, 122067.
- Ofori, D., Nsiah-Sarfo, D. J., Frimpong, S. E., & Buer, S. B. (2025). Determinants of green purchase and conservation behaviour among young consumers: An emerging economy perspective. *Cleaner Logistics and Supply Chain*.
- Oktaviani, R. D., Naruetharadhol, P., Padthar, S., & Ketkaew, C. (2024). Green consumer profiling and online shopping of imperfect foods: Extending UTAUT with web-based label quality for misshapen organic produce. *Foods*.
- Podgórnjak-Krzykacz, A., & Przywojska, J. (2025). Determinants of sustainable food purchasing behaviour in the context of the aging population in Poland. *Central European Economic Journal*.
- Qin, B., & Song, G. (2022). Internal motivations, external contexts, and sustainable consumption behavior in China—Based on the TPB-ABC integration model. *Sustainability*.
- Sony, A., Ferguson, D., & Beise-Zee, R. (2015). How to go green: Unraveling green preferences of consumers. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 84928656077.
- Stojanova, S., Zečević, M., & Culiberg, B. (2023). From words to deeds: How do knowledge, effectiveness, and personal relevance link environmental concern and buying behavior? *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*.
- Tanveer, M., Din, M. U., Khan, M. F., & Hasnin, E. A. H. (2024). Shaping consumer choices: The power of green brand knowledge, trust, and social responsibility. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 85205124754.
- Trivedi, R. H., Patel, J. D., & Acharya, N. (2018). Causality analysis of media influence on environmental attitude, intention and behaviors leading to green purchasing. *Journal of Cleaner Production*.
- United Nations Environment Programme. (2012). *Finance and economic transformations*. UNEP. <https://www.unep.org/topics/finance-and-economic-transformations>
- Urbański, M., & ul Haque, A. (2020). Are you environmentally conscious enough to differentiate between greenwashed and sustainable items? A global consumers perspective. *Sustainability*.
- Wang, X., Ji, K., & Xie, T. (2023). AI carbon footprint management with multi-agent participation: A tripartite evolutionary game analysis based on a case in China. *Sustainability*.

- Zhang, C., Tang, L., Zhang, J., & Wang, Z. (2023). Using social network analysis to identify the critical factors influencing residents' green consumption behavior. *Systems*.
- Zhang, J., Islam, M. S., Jambulingam, M., & Kumar, S. (2024). Leveraging environmental corporate social responsibility to promote green purchases: The case of new energy vehicles in the era of sustainable development. *Journal of Cleaner Production*, 85179011273.
- Zhang, X., & Dong, F. (2020). Why do consumers make green purchase decisions? Insights from a systematic review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*.