



Faktor *perceived behavioral* dan *subjective norms* yang memengaruhi intensi konsumen di Jabodetabek untuk berpartisipasi dalam *reverse logistics*

Andreas Immanuel Mauliate¹, Ratih Dyah Kusumastuti^{1*}

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Indonesia; Jakarta Pusat, DKI Jakarta

*Korespondensi: ratih.dyah@ui.ac.id

Disetujui: Januari, 2024

ABSTRAK

Latar Belakang: The Body Shop merupakan perusahaan kosmetik yang telah mengkampanyekan program daur ulang. Kampanye ini menarik konsumen untuk mendapatkan poin yang selanjutnya dapat ditukar dengan pembelian produk baru. Kehadiran kampanye ini menarik emosi positif masyarakat dalam pembelian barang dengan dalih cinta lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk memahami peran kampanye yang dilakukan oleh perusahaan The Body Shop. **Metode:** Desain penelitian yang digunakan bersifat konklusif; menguji hipotesis yang dihasilkan oleh penulis untuk mengenali kausalitas antar variabel dalam model yang sudah ditentukan, memberikan gambaran hubungan yang ada antara variabel-variabel independen (*attitude, perceived behavioral control, subjective norms, moral norms, willingness to sacrifice, anticipated positive emotions*), dan variabel independen (*return intention*) yang disertakan dalam penelitian. Penulis melakukan pengumpulan data secara *cross-sectional*. **Temuan:** Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa enam variabel yang diusulkan dalam model studi kasus terhadap penerapan *reverse logistics* The Body Shop tidak sepenuhnya sesuai dengan hipotesis-hipotesis yang dibangun. Dalam perbandingan antara penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan jurnal utama, setiap penelitian memiliki data primer serta justifikasi yang menjadi kerangka dari argumen yang dihasilkan. **Kesimpulan:** Berdasarkan hasil penelitian walaupun para responden merasa mereka memiliki waktu luang dan persepsi pengendalian perilaku yang cukup untuk berpartisipasi dalam program BBOB, keterbatasan-keterbatasan lain dapat memainkan peran sebagai penyebab tidak signifikannya hubungan antara niat pengembalian dengan *perceived behavioral control*.

KATA KUNCI: *perceived behavioral control; reverse logistics; The Body Shop.*

ABSTRACT

Background: The Body Shop is a cosmetics company that has been campaigning for a recycling program. This campaign attracts consumers to earn points that can then be exchanged for the purchase of new products. The presence of this campaign attracts people's positive emotions in purchasing goods on the pretext of loving the environment. This study aims to understand the role of the campaign conducted by The Body Shop company. **Methods:** The research design used is conclusive; testing the hypotheses generated by the author to recognize the causality between variables in the specified model, providing an overview of the relationship that exists between the independent variables (*attitude, perceived behavioral control, subjective norms, moral norms, willingness to sacrifice, anticipated positive emotions*), and the independent variable (*return intention*) included in the study. The authors conducted cross-sectional data collection. **Findings:** Based on the research results, it was found that the six variables proposed in the case study model of The Body Shop's reverse logistics implementation did not fully match the hypotheses. In the comparison between the research conducted by the author and the main journal, each study has primary data as well as justifications that form the framework of the resulting arguments. **Conclusion:** Based on the results of the study, although the respondents felt they had enough free time and perceived behavioral

Cara Pengutipan:

Mauliate, A. I. & Halim, R. D. (2024). Faktor *perceived behavioral* dan *subjective norms* yang memengaruhi intensi konsumen di Jabodetabek untuk berpartisipasi dalam *reverse logistics*. *Journal of Entrepreneurial Economic* 1(1), 9-17. <https://doi.org/10.61511/jane.v1i1.2024.647>.

Copyright: © 2024 dari Penulis. Dikirim untuk kemungkinan publikasi akses terbuka berdasarkan syarat dan ketentuan dari the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



control to participate in the BBOB program, other limitations may play a role in causing the insignificant relationship between return intention and perceived behavioral control.

KEYWORDS: *perceived behavioral control; reverse logistics; The Body Shop.*

1. Pendahuluan

Salah satu industri terbesar yang beroperasi di dunia adalah industri kosmetik; dikenal sebagai industri yang menggunakan bahan-bahan kimia dalam jumlah besar, industri tersebut dipandang sebagai salah satu pendorong kerusakan lingkungan dalam kegiatan operasionalnya. Limbah kimia yang dihasilkan oleh industri kosmetik mengalihkan pandangan masyarakat dari salah satu isu kelestarian lingkungan, yaitu limbah kemasan kosmetik. Industri kosmetik menggunakan bahan-bahan mulai dari plastik, kaca, sampai aluminium untuk proses manufaktur kemasan sekali pakai, sifat kemasan tersebut yang sekali pakai memberikan sebuah peningkatan drastis dari sampah yang dihasilkan oleh dunia (PlasticPollutionCoalition, 2022). Kerusakan lingkungan karena limbah-limbah kemasan tersebut tidak dapat diabaikan karena dampaknya yang besar dan ekstensif; mulai dari polusi perairan serta polusi tanah TPA, sampai ke produksi gas rumah kaca dari proses produksi sampai dengan pengirimannya.

Ellen MacArthur Foundation (2017) menyatakan bahwa hanya 14 persen dari sampah plastik dunia yang didaur ulang, sedangkan sisanya dibakar serta ditinggalkan begitu saja pada TPA-TPA yang ada; menghasilkan “penyakit” baru bagi Bumi dan penduduk-penduduknya. Limbah yang kita hasilkan merusak kelestarian alam kita, dan dampak dari limbah tersebut akan semakin parah kecuali isu-isu ini ditangani oleh pemerintah serta pelaku usaha dengan serius. Metode serta sistem pengolahan limbah industri yang lebih baik adalah salah satu kunci dari penerapan perilaku produksi yang sustainable (berkelanjutan). Industri kosmetik berkontribusi secara signifikan dalam permasalahan ini, dengan penelitian pendukung yang menyatakan bahwa 120 miliar unit kemasan diproduksi untuk industri ini sendiri setiap tahunnya, ditambah dengan fakta bahwa pengemasan produk-produk kecantikan memiliki beberapa lapis sehingga menghasilkan kemungkinan hasil sampah yang lebih besar dari estimasi awal (Ellen MacArthur Foundation, 2017). Seiring dengan pertumbuhan industri kosmetik yang bersifat positif sampai tahun 2023 ini (Petruzzi, 2023), implementasi solusi pengurangan dampak negatif limbah serta limbah kosmetik itu sendiri merupakan usaha yang akan berguna bagi pelestarian lingkungan kita. Salah satu metode yang dikenali untuk menangani limbah kemasan ini adalah reverse logistics, yang menurut penjelasan Rogers dan Tibben Lemke (1999) adalah sebuah proses dimana adanya pengendalian sebuah arus produk dari konsumen kembali kepada titik permulaannya (produsen), dengan tujuan akhir dari menerima sisa dari nilai yang ada dalam sebuah produk atau memastikan bahwa produk tersebut dibuang dengan proses yang pantas.

Artikel yang diterbitkan oleh U.S.Environmental Protection Agency (2016) menjelaskan bahwa kunci dari penerapan reverse logistics yang efektif adalah dengan cara memfasilitasi kegiatan pengumpulan dan pemrosesan produk-produk yang sudah dikembalikan kepada produsen tersebut; membentuk pusat pengumpulan produk bagi para konsumen. Setelah produk-produk tersebut dikumpulkan, perusahaan dapat mencari nilai-nilai yang tersisa dari barang yang dikumpulkan dan mencari kegunaan lain yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan dalam kegiatan usahanya. Salah satu perusahaan dalam industri kosmetik yang menerapkan reverse logistics dalam usaha membangun sebuah kegiatan usaha yang berkelanjutan di dunia adalah The Body Shop.

The Body Shop adalah perusahaan merek kecantikan ternama di dunia yang ditemukan pada tahun 1976 di Britania Raya oleh Anita Roddick. Dalam kegiatan usaha mereka di kurun waktu 5 dekade ini, The Body Shop merupakan perusahaan yang menjunjung tinggi komitmen terhadap keberlangsungan lingkungan dan merupakan salah satu perusahaan dengan komitmen tertinggi dalam misi tersebut (The Body Shop, 2019). Pada tahun 1993,

The Body Shop meluncurkan program “Bring Back Our Bottles” (BBOB), program tersebut mengajak para konsumen untuk mengembalikan botol-botol kemasan produk kecantikan yang mereka sudah gunakan kepada gerai-gerai The Body Shop yang mereka kunjungi. Kampanye ini bertujuan untuk mempromosikan gerakan daur ulang dengan cara menawarkan para pelanggan poin yang dapat ditukar dengan hadiah serta diskon dalam pembelian berikutnya setiap kali mereka mengembalikan sampah sisa produk tersebut kepada toko-toko The Body Shop. Program ini menjadi salah satu inti dari kegiatan Corporate Social Responsibility The Body Shop dan telah membantu perusahaan untuk mengurangi limbah yang dihasilkan oleh perusahaan dalam kegiatan usahanya (The Body Shop, 2018).

Di Indonesia program BBOB sudah berperan dalam mereduksi produksi limbah milik The Body Shop sebesar 9 juta unit sejak tahun 2008 (Chrisensia, 2022). Dalam mengevaluasi reverse logistics, Dixit dan Badgaiyan (2015) melakukan penelitian terhadap niat pengembalian sampah elektronik masyarakat India terhadap program-program reverse logistics yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan elektronik yang membuka usaha di India. Penelitian terdahulu mengidentifikasi dampak buruk yang sangat besar dari metode pembuangan limbah elektronik yang tidak tepat terhadap peningkatan emisi rumah kaca dan perubahan iklim global; peristiwa tersebut sangat penting untuk dipahami dalam rangka mengembangkan pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya reverse logistics. Namun, karena sebagian besar konsumen lebih memilih untuk menyimpan limbah elektronik mereka di rumah daripada mengembalikannya ke produsen, hal ini membatasi tingkat partisipasi dan keberhasilan dari implementasi reverse logistics. Dixit dan Badgaiyan (2015) menyatakan kepentingan untuk memahami faktor penentu psikologis dari niat konsumen untuk mengembalikan limbah elektronik sehingga strategi yang efektif dapat dirancang dengan tepat. Penelitian tersebut bertujuan untuk memperkuat pengembalian limbah elektronik dari konsumen dengan menentukan faktor penentu psikologis untuk mengembalikan limbah elektronik. Untuk mendorong perilaku masyarakat, penelitian ini menggunakan dasar Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen (1991). Teori tersebut mengusulkan bahwa tindakan manusia dapat dipandu dengan memprediksi terjadinya niat untuk melakukan perilaku. Teori ini memiliki 3 variabel utama, yaitu attitude seseorang terhadap suatu hal, norma subjektif yang mereka pahami, dan perceived behavioral control. Attitude artinya adalah bagaimana seorang individu menyikapi sebuah kejadian/kegiatan; secara positif maupun negatif; subjective norms yang artinya adalah penilaian seseorang yang berasal dari tekanan sosial yang ada, dan perceived behavioral control yang membahas bagaimana seseorang menyadari setiap tindakan yang mereka lakukan sehari-harinya. Dengan mengubah tiga prediktor internal yang dibahas oleh Ajzen (1991), dinilai kita dapat membentuk pola perilaku yang dilakukan oleh masyarakat dalam berpartisipasi di kegiatan reverse logistics. Dalam pembentukan niat individu, Kaiser et al. (1999) memberikan tambahan bahwa tingkat kendali seseorang dalam bertindak dapat diperhitungkan dalam TPB. Kaiser et al. kembali menyatakan bahwa dalam kegiatan mendaur ulang, ada keadaan yang memang tidak ada dalam kendali individu, sehingga persepsi seseorang terhadap kemampuannya dalam melakukan sesuatu tindakan merupakan aspek penting dalam memprediksi perilaku ramah lingkungan (Heath dan Gifford, 2002).

Ajzen (1991) juga menyatakan bahwa TPB terbuka untuk diperluas dan di masa lalu, berbagai peneliti telah memperluas TPB seperti yang disarankan oleh Conner dan Armitage (1998). Oleh karena itu, dalam penelitian ini model TPB diperluas untuk mempelajari perilaku pengembalian. Mengembalikan sisa-sisa kemasan mungkin memiliki biaya yang lebih karena konsumen mungkin diharuskan untuk pergi ke tempat pengumpulan limbah, sehingga motivasi untuk melakukan perilaku harus bersifat intrinsik ketika tidak memiliki insentif (Thøgersen, 2009), dan oleh karena itu perilaku tersebut dapat dikonseptualisasikan sebagai perilaku yang bersifat moral dan berasal dari norma-norma moral. Oleh karena itu, norma moral ditambahkan dalam kerangka konseptual penelitian ini. Selain itu, dengan mempertimbangkan peran kepentingan pribadi dalam konteks perilaku pro-lingkungan, para peneliti telah menyoroti peran kesediaan untuk berkorban

demis lingkungan. Sesuai dengan teori Davis et al. (2011) yang mempelajari hubungan antara kesediaan untuk berkorban dan perilaku ramah lingkungan secara umum, ada kebutuhan untuk memeriksa apakah kesediaan untuk berkorban untuk lingkungan dapat memprediksi perilaku pro-lingkungan yang spesifik. Menurut Davis et al. (2011), kesediaan untuk berkorban, yang berarti sejauh mana seseorang bersedia untuk mempertimbangkan kesejahteraan lingkungan bahkan dengan mengorbankan kepentingan terbaiknya, dapat menjadi penting dalam keputusan pro-lingkungan. Oleh karena itu, kesediaan untuk berkorban juga ditambahkan ke model TPB penelitian ini. Perugini dan Conner (2000) menyatakan bahwa pengambilan keputusan yang cukup kompleks akan menyebabkan individu untuk melewati proses memahami keadaan emosional mereka sendiri dalam pikiran seorang individu. Banyak peneliti telah menemukan dampak signifikan dari emosi positif yang diantisipasi (*anticipated positive emotions*) terhadap niat dalam berbagai konteks. Namun, masih sedikit literatur yang menilai peran emosi positif yang diantisipasi pada perilaku pro-lingkungan. Mempertimbangkan pentingnya proses emosional dan respon afektif yang melihat ke depan dalam pengambilan keputusan, emosi positif yang diantisipasi dimasukkan ke dalam kerangka kerja konseptual penelitian ini.

2. Metode

Penelitian ini bertujuan untuk melihat dampak signifikan dari sikap perusahaan terhadap *return intention*. Selain itu mencari dampak signifikan dari *perceived behavioral control*, *subjective norms*, *moral norms*, *willingness to sacrifice*, dan *anticipated positive emotions* terhadap *return intention* perusahaan. Desain penelitian yang digunakan bersifat konklusif; menguji hipotesis yang dihasilkan oleh penulis untuk mengenali kausalitas antar variabel dalam model yang sudah ditentukan, memberikan gambaran hubungan yang ada antara variabel-variabel independen (*attitude*, *perceived behavioral control*, *subjective norms*, *moral norms*, *willingness to sacrifice*, *anticipated positive emotions*), dan variabel independen (*return intention*) yang disertakan dalam penelitian. Penulis melakukan pengumpulan data secara cross-sectional, dimana penulis menarik sebuah sampel dari populasi untuk menganalisis konteks yang diambil dalam penelitian ini. Tahap pertama dari penelitian atau pilot study akan dilakukan untuk menilai kelayakan kuesioner, dan tahap kedua adalah main test dengan menggunakan purposive sampling terhadap *return intention* dan responden yang merupakan konsumen The Body Shop di Jabodetabek.

3. Hasil dan Pembahasan

Analisis Berdasarkan hasil pengujian direct effects, nilai t-value dari *perceived behavioral control* hanya mendapat nilai 0,451 yang artinya tidak memenuhi syarat untuk dianggap signifikan. Karena data pengujian tidak mendukung hipotesis, dapat dikatakan bahwa hipotesis H2 mengenai *perceived behavioral control* tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap niat pelanggan untuk mengembalikan sisa kemasan produk kosmetik. Hasil ini berbeda dengan hasil hipotesis penelitian Dixit dan Badgaiyan (2015) dimana adanya data yang mendukung hipotesis. Penelitian tersebut menyatakan bahwa sebenarnya *perceived behavioral control* adalah faktor pendorong *return intention* dalam mendaur ulang yang terbesar, hasil ini juga didukung oleh penelitian Armitage dan Conner (2001). Sedangkan berdasarkan hasil olahan data penelitian ini, penulis tidak menunjukkan pengaruh signifikan antara kedua variabel. Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel PB, ditemukan nilai total mean sebesar 4,596 yang menandakan bahwa para responden merasa memiliki kendali dalam perilaku pengembalian. Dalam bagian jawaban responden mengenai variabel PB, ditemukan adanya outer loadings terbesar yang membahas mengenai kesetujuan responden terhadap adanya kesediaan waktu luang dengan niat pengembalian. Akan tetapi, data menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara kesediaan waktu luang dengan tingkat niat partisipasi. Dengan mengevaluasi demografi responden, mayoritas responden termasuk dalam kelompok angkatan kerja usia muda

dewasa. Hal ini memiliki kemungkinan dalam memengaruhi niat pelanggan untuk mengembalikan kemasan bekas mereka, karena sebagai seorang individu yang aktif bekerja, kesediaan waktu luang merupakan sesuatu yang cukup langka sehingga ada kemungkinan bagi para responden untuk memilih aktivitas lain yang dinilai lebih penting ketimbang dari pada untuk mengembalikan sisa kemasan produk The Body Shop. Dari sudut pandang tingkat pembelian, diidentifikasi bahwa sebagian besar responden hanya berbelanja 1-2 kali di The Body Shop selama satu tahun terakhir, ada kemungkinan bahwa karena jumlah sisa kemasan The Body Shop yang ada cenderung kecil, pembeli merasa mengambil waktu luang mereka untuk menyerahkan sisa kemasan mereka bukan sesuatu yang penting. Dalam pengujian hipotesis, ditemukan bahwa hipotesis H3 memiliki nilai *t*-value sebesar 1,301 yang berarti bahwa hipotesis H1 tidak memenuhi syarat minimum atau tidak signifikan. Hasil pengujian hipotesis H1 tidak sejalan dengan penelitian Dixit dan Badgaiyan (2015) yang mengatakan bahwa hipotesis H3 terkait pemahaman dan persetujuan responden terhadap subjective norms memberikan pengaruh positif pada return intention. Pengujian hipotesis ini menyatakan bahwa data penelitian tidak mendukung hipotesis karena hubungan antara variabel subjective norms dan return intention dinilai tidak signifikan. Penelitian yang dilakukan di India oleh Dixit dan Badgaiyan (2015) menyatakan bahwa dengan adanya peran sebuah role model ataupun dukungan sosial, seharusnya nilai-nilai norma subjektif yang positif dapat meningkat pada para individu. Hal ini juga dapat diperkuat oleh dorongan dari pemerintah maupun perusahaan mengenai partisipasi masyarakat dalam mendaur ulang dengan harapan masyarakat dapat semakin memahami pentingnya kegiatan tersebut dan dapat menumbuhkan niat untuk terlibat. Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel SN, ditemukan nilai total mean sebesar 4,733 yang menandakan bahwa para responden merasa memiliki pegangan norma-norma subjektif yang bersifat positif pada perilaku daur ulang. Ditemukan bahwa para responden merasa orang-orang di lingkungan sekitarnya setuju terhadap kegiatan mendaur ulang. Terlepas dari persetujuan tersebut, ditemukan bahwa responden kuesioner ini terdiri dari 35,7% individu yang berusia diantara 17-25 tahun, sedangkan hasil penelitian mengenai konsistensi dalam niat dan perilaku ramah lingkungan cenderung ditemukan di masyarakat yang berusia lebih tua; menyatakan bahwa umur 15-23 tahun adalah umur yang memiliki niat untuk berpartisipasi dalam kegiatan ramah lingkungan paling kecil. Dapat diimplikasikan bahwa ketidakselarasan antara rasa setuju responden dengan niat pengembalian dapat disebabkan oleh karena para responden belum konsisten dalam membangun niat mereka untuk berpartisipasi dalam kegiatan reverse logistics.

4. Kesimpulan

Dalam penelitian yang dilakukan, ditemukan bahwa enam variabel yang diusulkan dalam model studi kasus terhadap penerapan reverse logistics The Body Shop tidak sepenuhnya sesuai dengan hipotesis-hipotesis yang dibangun. Dalam perbandingan antara penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan jurnal utama, setiap penelitian memiliki data primer serta justifikasi yang menjadi kerangka dari argumen yang dihasilkan. Dengan adanya penelitian ini, penulis menambahkan contoh baru pada riset terkait reverse logistics serta intensi individu untuk terlibat dalamnya. Walaupun para responden merasa bahwa mereka memiliki waktu luang dan persepsi pengendalian perilaku yang cukup untuk berpartisipasi dalam program BBOB, keterbatasan-keterbatasan lain dapat memainkan peran sebagai penyebab tidak signifikannya hubungan antara niat pengembalian dengan perceived behavioral control. Kemudahan serta fasilitas yang disediakan oleh The Body Shop dalam membangun akses yang baik kepada kegiatan reverse logistics bisa menjadi pendorong konsumen dalam partisipasi mereka. Demografi responden yang memiliki sebagian besar partisipan yang berumur relatif muda menjadi sebuah penyebab mengapa subjective norms tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan return intention. Pandangan mengenai pentingnya kegiatan ramah lingkungan serta rasa peduli terhadap lingkungan hidup dapat ditumbuhkan dalam seorang individu seiring berjalannya waktu.

Kepedulian terhadap alam dapat timbul ketika seseorang semakin menyadari bahwa keadaan dunia semakin memburuk dan mengetahui adanya urgensi mereka untuk berpartisipasi dalam menyelamatkan dunia.

Kontribusi Penulis

Penulis berkontribusi penuh dalam penelitian.

Pendanaan

Penelitian ini tidak mendapat sumber dana dari manapun.

Pernyataan Dewan Peninjau Etis

Tidak berlaku.

Pernyataan *Informed Consent*

Tidak berlaku.

Pernyataan Ketersediaan Data

Tidak berlaku.

Konflik Kepentingan

Penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan.

Akses Terbuka

©2024. Artikel ini dilisensikan di bawah Lisensi Internasional Creative Commons Attribution 4.0, yang mengizinkan penggunaan, berbagi, adaptasi, distribusi, dan reproduksi dalam media atau format apa pun. selama Anda memberikan kredit yang sesuai kepada penulis asli dan sumbernya, berikan tautan ke lisensi Creative Commons, dan tunjukkan jika ada perubahan. Gambar atau materi pihak ketiga lainnya dalam artikel ini termasuk dalam lisensi Creative Commons artikel tersebut, kecuali dinyatakan lain dalam batas kredit materi tersebut. Jika materi tidak termasuk dalam lisensi Creative Commons artikel dan tujuan penggunaan Anda tidak diizinkan oleh peraturan perundang-undangan atau melebihi penggunaan yang diizinkan, Anda harus mendapatkan izin langsung dari pemegang hak cipta. Untuk melihat salinan lisensi ini, kunjungi:

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Daftar Pustaka

- AdminGro1. (2012). Perubahan Paradigma Pengelolaan Sampah di Tempat Pembuangan Akhir (TPA). Grobogan Government Official Website. Retrieved from <https://grobogan.go.id/index.php/info/artikel/575-perubahan-paradigma-pengelolaan-sampah-di-tempat-pembuangan-akhirtpa>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Prentice-Hall.
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665-683. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x>
- Carter, C. R., & Rogers, D. S. (2008). A framework of sustainable supply chain management: Moving toward new theory. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 38(5), 360-387. <https://doi.org/10.1108/09600030810882816>

- Cialdini, R. B., Reno, R. R., & Kallgren, C. A. (1990). A focus theory of normative conduct: Recycling the concept of norms to reduce littering in public places Universitas Indonesia. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58(6), 1015-1026. [10.1037/0022-3514.58.6.1015](https://doi.org/10.1037/0022-3514.58.6.1015).
- Chase, R.B., Jacobs, F.R., & Aquilano, N.J. (2021). *Operations Management for Competitive Advantage*. McGraw-Hill Education.
- Chopra, S. (2020). *Supply Chain Management: Strategy, planning and operation*. Pearson Education. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7916887>.
- Chopra, S., & Meindl, P. (2016). *Supply chain management: Strategy, planning, and operation (6th ed.)*. Pearson Education.
- Connolly, T., & Zeelenberg, M. (2002). Regret in decision making. *Current Directions in Psychological Science*, 11(6), 212-216. <https://doi.org/10.1111/1467-8721.00203>
- Dixit, S., & Badgaiyan, A. J. (2016). Towards improved understanding of reverse logistics – examining mediating role of return intention. *Conservation and Recycling*, 107, 115–128. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2015.11.021>
- Environmental Protection Agency. (2016). Guide to Managing and Reducing Waste: Reuse and Recycling through Reverse logistics. US EPA. <https://www.epa.gov/sites/default/files/201603/documents/reverselogistics.pdf>
- Evans, J.R., & Lindsay, W.M. (2021). *Managing for Quality and Performance Excellence*. Cengage Learning.
- Fitzsimmons, J.A., Fitzsimmons, M.J., & Bordoloi, S. (2020). *Service Management: Operations, Strategy, Information Technology*. McGraw-Hill Education.
- Fleischmann, M., Krikke, H. R., Dekker, R., & Flapper, S. D. (1997). A characterization of logistics networks for product recovery. *Omega*, 25(6), 653-666. [https://doi.org/10.1016/S0305-0483\(97\)00042-5](https://doi.org/10.1016/S0305-0483(97)00042-5)
- Gillet, N., Gagné, M., Sauvagère, S., & Fouquereau, E. (2009). The role of supervisor autonomy support, organizational support, and autonomous and controlled motivation in predicting employees' satisfaction and turnover intentions. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 18(4), 470-480. <https://doi.org/10.1080/13594320802635268>
- Ghozali, I. (2016) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guide Jr., V. D. R., & Van Wassenhove, L. N. (2009). The reverse supply chain. *Harvard Business Review*, 87(10), 25-26.
- Govindan, K., Zhuang, Y., & Chen, G. (2022). Analysis of factors influencing residents' waste sorting behavior: A case study of shanghai. *Journal of Cleaner Production*, 349, 131126. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.131126>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). *When to use and how to report the results of PLS-SEM*.
- Heizer, J., & Render, B. (2020). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*. Pearson.
- Jacobs, F.R., & Chase, R.B. (2020). *Operations and Supply Chain Management*. McGraw-Hill Education.
- Jambeck, J. R., Geyer, R., Wilcox, C., Siegler, T. R., Perryman, M., Andrady, A., Narayan, R., & Law, K. L. (2015). Plastic waste inputs from land into the Ocean. *Science*, 347(6223), 768–771. <https://doi.org/10.1126/science.1260352>
- Kerzner, H. (2021). *Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling*. John Wiley & Sons.

- MacArthur, E. The New Plastics Economy: Rethinking the future of plastics. Ellen MacArthur Foundation.
https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/EllenMacArthurFoundationTheNewPlasticsEconomyRethinkingtheFutureofPlastics_15-3-16.pdf
- Mentzer, J., DeWitt, W., Keebler, J. S., Min, S., Nix, N. W., Smith, C. D., & Zacharia, Z. G. (2009). Defining Supply Chain Management. *Supply Chain Project Management*, 39–50.
<https://doi.org/10.1201/9781420083934-9>
- Nigbur, D., Lyons, E., & Uzzell, D. (2010). Attitudes, norms, identity and environmental behaviour: Using an expanded theory of planned behaviour to predict participation in a kerbside recycling programme. *British Journal of Social Psychology*, 49(2), 259–284. <https://doi.org/10.1348/014466609X449395>
- Plastic Pollution Coalition. (2022). The Ugly Side of Beauty: The Cosmetics Industry's Plastic Packaging Problem. <https://www.plasticpollutioncoalition.org>
- Puspitoningrum, A. (2022). Bring Back Our Bottle, The Body Shop Kurangi 9 Juta Sampah Plastik di TPA. IDN Times. Retrieved from
<https://jateng.idntimes.com/news/jateng/anggun-puspitoningrum-1/bring-back-our-bottle-the-body-shop-kurangi-9-juta-sampah-plastik-di-tpa?page=all>
- Rogers, D. S., & Tibben-Lembke, R. S. (1999). *Going backwards reverse logistics trends and practices*. Reverse logistics Executive Council. U.S.
- Rother, M., & Shook, J. (2020). *Learning to See: Value Stream Mapping to Add Value and Eliminate MUDA*. Lean Enterprise Institute.
- Sanders, N.R., & Manrodt, K.B. (2019). *Supply Chain Management: A Global Perspective*. John Wiley & Sons.
- Sabbir, Md. M., Khan, T. T., Das, A., Akter, S., & Hossain, Md. A. (2022). Understanding the determinants of consumers' reverse exchange intention as an approach to e-waste recycling: A developing country perspective. *Asia- Pacific Journal of Business Administration*, 15(3), 411–439. <https://doi.org/10.1108/apjba-11-2021-0565>
- Sarkis, J., Gonzalez-Torre, P., & Adenso-Diaz, B. (2013). Stakeholder pressure and environmental management practices in the Spanish hotel industry. *Journal of Cleaner Production*, 46, 36–42. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2012.03.024>
- Simchi-Levi, D., Kaminsky, P., & Simchi-Levi, E. (2014). *Designing and managing the supply chain: Concepts, strategies, and cases (3rd ed.)*. McGraw-Hill Education.
- Slack, N., Brandon-Jones, A., & Johnston, R. (2016). *Operations management*. Pearson.
- Seuring, S., & Müller, M. (2008). From a literature review to a conceptual framework for sustainable supply chain management. *Journal of Cleaner Production*, 16(15), 1699–1710. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2008.04.020>
- Srivastava, S. K. (2007). Green supply-chain management: A state-of-the-art literature review. *International Journal of Management Reviews*, 9(1), 53–80. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2007.00202.x>
- Yadav, R., Kumar Panda, D., & Kumar, S. (2022). Understanding the individuals' motivators and barriers of e-waste recycling: A mixed-method approach. *Journal of Environmental Management*, 324, 116303. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2022.116303>
- World Bank. (2018). What a waste 2.0: A global snapshot of Solid Waste Management to 2050. World Bank.
<https://www.worldbank.org/en/news/infographic/2018/09/20/what-awaste20-a-global-snapshot-of-solid-waste-management-to-2050>

Biographies of Author(s)

Andreas Immanuel Mauliate, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Indonesia.

- Email: N/A
- ORCID: N/A
- Web of Science ResearcherID: N/A
- Scopus Author ID: N/A
- Homepage: N/A

Ratih Dyah Kusumastuti, Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Indonesia.

- Email: ratih.dyah@ui.ac.id
- ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9827-7718>
- Web of Science ResearcherID: -
- Scopus Author ID: [8215391500](https://scopus.com/authid/detail.uri?authorid=8215391500)
- Homepage: <https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/5981324>