

**PENGARUH TINGKAT PENGETAHUAN MASYARAKAT DAN TINGKATAN
WORD OF MOUTH (WOM) MENGENAI 3R TERHADAP MINAT
BERLANGGANAN PROGRAM 3R DARI TPS 3R PEDALANGAN BERSINAR
PERIODE 2023-2024**

Tiara Annisa, Joyo Nur Suryanto Gono

tiaraannisaaaaaaa@gmail.com

Departemen Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jl. Prof. H. Soedarto, SH Tembalang Semarang Kotak Pos 1269

Telepon (024) 7465407 Faksimile (024) 7465405

Laman : <http://www.fisip.undip.ac.id> email fisip@undip.ac.id

Abstrak

Pada 2022, Indonesia menghadapi krisis pengelolaan sampah dengan hanya 65,71% dari 21,1 juta ton sampah nasional yang berhasil dikelola. Untuk mengatasi hal ini, pemerintah meluncurkan program TPS 3R (Tempat Pengelolaan Sampah Reuse, Reduce, Recycle). Namun, evaluasi keberfungsian TPS 3R Jawa Tengah menunjukkan hanya dua TPS 3R yang berfungsi optimal di Semarang, dengan 25 lainnya kurang optimal. TPS 3R Pedalangan Bersinar merupakan salah satu lokasi yang optimal dan rutin mengadakan sosialisasi 3R untuk mengedukasi masyarakat dan meningkatkan pelanggan. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh tingkat pengetahuan masyarakat dan tingkatan *word of mouth* (WOM) terhadap minat berlangganan program 3R di TPS 3R Pedalangan Bersinar. Data dikumpulkan melalui kuesioner dari 46 responden yang mengikuti sosialisasi di RW 1 Kelurahan Pedalangan dengan pendekatan kuantitatif dan metode *purposive sampling*. Hasil regresi linier berganda menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan masyarakat dan tingkatan WOM berpengaruh positif signifikan terhadap minat berlangganan program 3R, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,001$ untuk kedua variabel. Temuan ini menyimpulkan bahwa semakin tinggi pengetahuan dan tingkatan WOM, semakin tinggi minat berlangganan.

Kata kunci: Tingkat Pengetahuan; *Word of Mouth*; Minat Berlangganan; TPS 3R

PENDAHULUAN

Indonesia pada tahun 2023 menghadapi tantangan serius terkait pengelolaan sampah. Data Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) tahun 2022 mencatat timbunan sampah nasional mencapai 21,1 juta ton, di mana sekitar 34,29% atau 7,2 juta ton belum dikelola dengan baik. Indonesia juga dikenal sebagai salah satu penghasil sampah plastik terbesar kedua di dunia, dengan penanganan yang dinilai masih buruk oleh Program Lingkungan Perserikatan Bangsa-Bangsa (Kompas.com, 2023). Kondisi ini mencerminkan perlunya perhatian serius dari berbagai pihak untuk menangani krisis sampah yang kian mengkhawatirkan.

Krisis ini diperparah oleh berbagai faktor, seperti keterbatasan infrastruktur pengelolaan sampah, rendahnya kesadaran masyarakat, dan kurangnya edukasi terkait pengelolaan limbah. Di Kota Semarang, permasalahan ini tampak nyata melalui peningkatan signifikan produksi sampah harian dari 900 ton pada awal pandemi menjadi 1.110 ton di tahun 2023. Selain itu, sering terjadinya kebakaran di Tempat Pembuangan Akhir (TPA) Jatibarang menunjukkan ketidakmampuan pengelolaan sampah yang efektif dan risiko

lingkungan yang serius (Indraswari, 2023). Meski pemerintah telah menetapkan target pengurangan sampah sebesar 30%, capaian saat ini baru sekitar 26%, mencerminkan adanya kendala dalam implementasi kebijakan (Pemerintah Kota Semarang, 2022).

Sebagai solusi, program Tempat Pengelolaan Sampah dengan cara *Reduce, Reuse, Recycle* (TPS 3R) yang diinisiasi Kementerian PUPR menjadi salah satu langkah strategis. Program ini mengedepankan prinsip pemberdayaan masyarakat melalui pengelolaan sampah berbasis kawasan. Namun, dilansir dari dokumen internal BPPW Jawa Tengah (2023), data evaluasi tahun 2023 di Jawa Tengah menunjukkan bahwa dari 27 TPS 3R yang dibangun, hanya dua yang berfungsi optimal, sementara sisanya kurang efektif. Fenomena ini menandakan perlunya evaluasi mendalam terhadap keberlanjutan dan keberhasilan program.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat pengetahuan masyarakat tentang program 3R dan tingkatan *word of mouth* (WOM) terkait TPS 3R terhadap minat masyarakat untuk berlangganan Program 3R. Penelitian dilakukan di salah satu lokasi TPS 3R yang berhasil, yaitu TPS 3R Pedalangan

Bersinar. Hasil penelitian berguna untuk memberikan rekomendasi strategis kepada Balai Permukiman dan Prasarana Jawa Tengah serta pengelola TPS 3R di berbagai daerah. Rekomendasi tersebut diharapkan dapat membantu dalam merancang strategi perbaikan program yang lebih efektif, termasuk meningkatkan komunikasi dan pemberdayaan masyarakat untuk mendukung keberlanjutan program. Selain itu, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan teori Pembelajaran Sosial (*Social Learning Theory*).

Peter dan Olson (2010) dalam bukunya yang berjudul *Consumer behavior & marketing strategy* mendeskripsikan bahwa *product knowledge* (pengetahuan produk) mengacu pada berbagai jenis informasi, makna, dan keyakinan yang disimpan dalam ingatan konsumen mengenai suatu produk/jasa. Ini mencakup pemahaman konsumen tentang atribut atau karakteristik produk/jasa, hasil dari penggunaan produk/jasa, dan kemampuan produk/jasa untuk memenuhi tujuan serta nilai penting konsumen. Pengetahuan produk/jasa yang diaktifkan dari memori dapat mempengaruhi proses interpretasi dan integrasi konsumen. TPS 3R merupakan salah satu penyedia jasa yang memerlukan pengetahuan produk yang baik karena konsumen perlu mengubah kebiasaan lama mereka yaitu membuang

sampah langsung ke TPA menjadi mengolah sampah menggunakan prinsip 3R. Pemahaman yang mendalam tentang bagaimana TPS 3R beroperasi, manfaatnya, dan cara menggunakannya dengan benar sangatlah penting untuk dipahami oleh konsumen agar dapat memutuskan tertarik untuk berlangganan atau tidak.

Dapat disimpulkan bahwa tingkat pengetahuan mengenai Program 3R merujuk pada pengukuran pemahaman mendalam yang dimiliki seseorang mengenai Program 3R oleh TPS 3R Pedalangan Bersinar yang menjadi bahan pertimbangan individu untuk berlangganan program tersebut.

Firmansyah (2020:296) mendefinisikan *Word of Mouth* (WOM) sebagai sebuah komentar atau rekomendasi yang disampaikan oleh pelanggan berdasarkan pengalaman mereka, yang memiliki pengaruh kuat terhadap keputusan yang diambil oleh orang lain. *Word of Mouth* adalah bentuk promosi yang berupa rekomendasi dari mulut ke mulut tentang keunggulan suatu produk (Lupiyoadi dalam Firmansyah, 2020). Menurut Silverman (2001), *word of mouth* (WOM) tidak selalu memiliki arti yang sama. Maknanya dapat bervariasi tergantung pada tingkat intensitas dan proses terbentuknya WOM tersebut, sehingga dapat dikategorikan ke dalam tingkatan-tingkatan tertentu.

Tingkatan ini menggambarkan bagaimana WOM berkembang, mulai dari sekadar komentar hingga menjadi rekomendasi yang kuat.

Berdasarkan pengertian di atas, tingkatan WOM mengenai Program 3R merupakan tingkatan yang mencerminkan bagaimana perkembangan informasi mengenai program 3R berkembang di masyarakat. Informasi ini dapat berawal dari diskusi ringan hingga menjadi promosi efektif yang memotivasi orang lain untuk berlangganan atau mendukung program tersebut.

Menurut Mappiare (dalam Ramadhan, 2022), minat diartikan sebagai keadaan mental yang terbentuk dari campuran perasaan, harapan, pandangan, prasangka, ketakutan, atau kecenderungan lain yang mendorong seseorang untuk membuat suatu pilihan. Lestari (2022) mendefinisikan minat sebagai kesadaran seseorang terhadap suatu objek yang dianggap mampu memenuhi kebutuhannya. Intensitas kesadaran ini akan meningkat seiring dengan meningkatnya persepsi manfaat dari objek tersebut sehingga kemudian memunculkan keinginan individu untuk bertindak guna memperoleh, menggunakan, atau menghilangkan produk maupun jasa tersebut. Berlangganan mengandung pengertian bahwa kegiatan pembelian berulang dilakukan secara

berkala. Jadi, dapat disimpulkan bahwa minat berlangganan Program 3R adalah dorongan yang dirasakan oleh seseorang untuk berlangganan Program 3R berdasarkan pertimbangan mental yang mereka miliki dalam kurun waktu tertentu secara berkala. Jika terdapat peningkatan persepsi akan manfaat dari program 3R, individu tersebut akan semakin berkeinginan untuk berlangganan program.

Penelitian lain mengenai tingkat pengetahuan dan WOM pernah dilakukan oleh Nurul Janah yang meneliti tingkat pengetahuan dan kepercayaan nasabah mempengaruhi minat menabung di bank syariah yang dipublikasikan pada tahun 2020. Hasil analisis data menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara tingkat pengetahuan dan kepercayaan nasabah terhadap minat menabung di bank syariah.

Penelitian oleh Dimas Maulana Prayoga dengan judul “Pengaruh *Sales Promotion* dan *Word of Mouth* Terhadap Minat Berlangganan Produk Ruangguru (Studi Pada SMAN 1 Cikakak)” dipublikasikan pada tahun 2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *sales promotion* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat berlangganan, sedangkan *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berlangganan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability* dengan *purposive sampling* dengan sampel penelitian berjumlah 46 orang. Populasi dalam penelitian ini merupakan masyarakat RW 1 Kelurahan Pedalangan, Kota Semarang, pernah mengikuti sosialisasi Program TPS 3R. Penelitian ini menggunakan kuisisioner dalam bentuk *print out* sebagai alat untuk mengumpulkan data. Kuisisioner disebarikan kepada peserta sosialisasi 3R dari TPS 3R Pedalangan Bersinar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1.1 Hasil Uji Regresi Linear

Berganda X1 & X2 terhadap Y

Hipotesis	B	t-value	F-Value	Nilai Signifikansi	Keputusan
Tingkat pengetahuan masyarakat tentang program TPS 3R (X1) terhadap minat berlangganan Program 3R dari TPS 3R Pedalangan Bersinar (Y).	0,426	2,694	9,969	0,010	Diterima
Tingkatan <i>word of mouth</i> (X2) terhadap minat berlangganan Program 3R dari TPS 3R Pedalangan Bersinar (Y)	0,113	2,709			

Tabel 1.2 Tabel Summary

Model	R	R Square
1	0,312	0,281

Berdasarkan hasil analisis data oleh SPSS 15 di atas, maka diperoleh hasil persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + bX_1 + bX_2$$

$$Y = 6,927 + 0,426 X_1 + 0,113 X_2$$

Tabel hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan masyarakat dan tingkatan *word of mouth* mengenai program 3R secara signifikan mempengaruhi minat berlangganan TPS 3R, dengan nilai signifikansi keseluruhan sebesar 0.000 (<0.001). Tingkat pengetahuan masyarakat memiliki nilai signifikansi sebesar 0.010 dan koefisien regresi positif sebesar 0.426, yang berarti setiap kenaikan tingkat pengetahuan mengenai program 3R maka akan menyebabkan kenaikan minat berlangganan Program 3R sebesar 42,6%.

Hal serupa berlaku untuk tingkatan *word of mouth* yang juga memiliki nilai signifikansi sebesar 0.010 dan koefisien regresi positif sebesar 0,113 terhadap minat berlangganan TPS 3R. Temuan ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan tingkatan *word of mouth* maka akan mempengaruhi minat masyarakat untuk berlangganan Program 3R sebesar 11,3%.

Nilai R Square sebesar 0.312 menunjukkan bahwa seberapa besar pengaruh antara variabel tingkat pengetahuan dan tingkatan *word of mouth* (X1 dan X2) dengan variabel minat berlangganan TPS 3R (Y). Hal ini juga mengindikasikan bahwa 31,2% variasi dalam minat berlangganan TPS 3R dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen

tersebut dan termasuk kategori moderat, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diamati dalam variabel ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh tingkat pengetahuan dan tingkatan *word of mouth* (X1 & X2) terhadap minat berlangganan Program 3R di TPS 3R Pedalangan Bersinar (Y), artinya H1 diterima.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh tingkat pengetahuan masyarakat tentang Program 3R terhadap minat berlangganan Program 3R di TPS 3R Pedalangan Bersinar, analisis melalui uji regresi linear berganda dengan SPSS menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara kedua variabel tersebut sebesar 0.010. Hasil uji hipotesis yang positif ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan masyarakat mengenai Program 3R, semakin besar pula minat mereka untuk berlangganan program ini.

Penelitian ini mendukung temuan penelitian sebelumnya bahwa variabel tingkat pengetahuan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat responden. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Nurul Janah (2020), yang menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan juga berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Meskipun terdapat perbedaan

pada objek penelitian, yaitu program 3R dari TPS 3R dalam penelitian ini dan bank syariah dalam penelitian Janah, hasil yang konsisten menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan dapat menjadi faktor penting dalam memengaruhi minat.

Temuan ini konsisten dengan *Social Learning Theory* oleh Albert Bandura, yang menjelaskan bahwa individu memperoleh pengetahuan, mengembangkan sikap, dan membentuk perilaku melalui observasi dan interaksi sosial. Kegiatan observasi dan interaksi sosial tersebut dapat ditemukan pengaplikasiannya dalam pelaksanaan sosialisasi Program 3R oleh TPS 3R Pedalangan Bersinar. Melalui sosialisasi tersebut, masyarakat diberikan kesempatan untuk mengamati, mendengar, dan belajar tentang pentingnya program tersebut, cara kerjanya, dan manfaatnya. Selain itu, interaksi sosial juga dapat terjadi antar sesama masyarakat dan narasumber, dalam penelitian ini merupakan tim edukator sosialisasi Program 3R dari TPS 3R, sehingga mereka memperoleh pengetahuan yang dapat meningkatkan pemahaman dan mengubah sikap. Sebab menurut teori ini, manusia belajar dalam konteks sosial yang memungkinkan mereka untuk melihat dan meniru perilaku, sikap, atau informasi yang dianggap penting. Namun, melihat hasil temuan yang menunjukkan bahwa masih ada responden yang menjawab salah, hal ini

menandakan bahwa terdapat batasan dalam kemampuan seseorang untuk mengingat apa yang telah mereka pelajari.

Berdasarkan *Social Learning Theory* pula, untuk memperkuat *retention processes* dalam diri seseorang, diperlukan upaya agar aktivitas observasi dan interaksi sosial dapat diinternalisasi ke dalam ingatan mereka dalam bentuk simbol-simbol, seperti kata-kata (verbal) dan gambar (imajinal). Semakin sering seseorang berlatih atau mengulang suatu aktivitas, semakin kuat pula ingatannya terhadap informasi tersebut. Diketahui bahwa pengetahuan mengenai 3R hanya disampaikan melalui media sosialisasi. Oleh karena itu, untuk memperkuat daya ingat masyarakat, pihak TPS 3R dapat memasang pamflet atau mengadakan kampanye secara rutin agar informasi mengenai 3R lebih tertanam di ingatan masyarakat dan menjadi bagian dari perilaku sehari-hari mereka. Dengan demikian, hasil penelitian ini mendukung hipotesis bahwa terdapat pengaruh tingkat pengetahuan masyarakat terkait 3R terhadap meningkatnya minat masyarakat untuk berlangganan layanan TPS 3R.

Hasil penelitian mengenai pengaruh tingkatan *word of mouth* mengenai Program 3R terhadap minat berlangganan Program 3R di TPS 3R Pedalangan Bersinar

menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kedua variabel ini, dengan nilai pengaruh sebesar 0.010 berdasarkan uji regresi linear berganda menggunakan SPSS. Hasil uji hipotesis yang positif ini menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap *word of mouth* Program 3R berdampak pada minat mereka untuk berlangganan layanan ini. Semakin tinggi tingkatan *word of mouth* mengenai 3R, semakin besar pula minat mereka untuk ikut serta dalam program 3R tersebut.

Penelitian ini mendukung temuan penelitian sebelumnya bahwa variabel *word of mouth* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat responden. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Dimas Maulana Prayoga (2024), yang menunjukkan bahwa *word of mouth* juga berpengaruh signifikan terhadap minat berlangganan produk Ruangguru. Meskipun terdapat perbedaan pada objek penelitian, yaitu program TPS 3R dalam penelitian ini dan produk Ruangguru dalam penelitian Prayoga, hasil yang konsisten ini menguatkan relevansi *word of mouth* sebagai faktor penting yang memengaruhi minat.

Temuan ini mendukung *Social Learning Theory* yang menyatakan bahwa melalui interaksi sosial, individu dapat memperoleh pengetahuan serta membentuk sikap berdasarkan pengamatan terhadap perilaku

orang lain. Dalam penelitian ini, tingkatan *word of mouth* mengenai Program 3R berfungsi sebagai stimulus sosial yang berperan dalam membangkitkan minat masyarakat untuk berlangganan layanan TPS 3R. Fenomena ini memiliki keterkaitan dengan *motivational processes* dalam pembelajaran observasional, yang menegaskan bahwa individu cenderung meniru perilaku yang menghasilkan hasil positif atau yang bernilai bagi mereka dibandingkan dengan perilaku yang menimbulkan konsekuensi negatif atau kurang dihargai. Reaksi individu terhadap perilaku mereka juga turut menentukan tindakan yang akan diulang, di mana mereka cenderung melakukan tindakan yang memuaskan dan menghindari tindakan yang dianggap kurang bermanfaat bagi diri mereka. Berdasarkan hasil temuan penelitian, hal tersebut masih tergolong rendah sehingga dapat disimpulkan bahwa masyarakat belum sepenuhnya merasakan manfaat nyata yang mendorong mereka untuk secara aktif memberikan rekomendasi atau komentar positif tentang program tersebut. Dengan demikian, meskipun hasil penelitian ini mendukung hipotesis bahwa tingkatan *word of mouth* memiliki pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk bergabung sebagai pelanggan TPS 3R Pedalangan Bersinar, tetapi pada kenyataannya, tingkat partisipasi aktif dalam berbagi informasi

positif dan merekomendasikan program ini masih terbatas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berikut adalah kesimpulan yang diambil berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya: Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis H1 diterima, yaitu terdapat pengaruh yang positif antara tingkat pengetahuan masyarakat tentang program TPS 3R (X1) dan tingkatan *word of mouth* (WOM) mengenai program 3R (X2) terhadap minat berlangganan Program 3R dari TPS 3R Pedalangan Bersinar (Y). Artinya semakin tinggi tingkat pengetahuan dan tingkatan *word of mouth* masyarakat, maka akan menunjukkan minat berlangganan program 3R dari TPS 3R Pedalangan Bersinar yang lebih tinggi pula.

Dari hasil penelitian yang dilakukan, peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Berdasarkan temuan penelitian ini, disarankan agar Balai Permukiman dan Prasarana Jawa Tengah serta pengelola TPS 3R meningkatkan edukasi masyarakat tentang program TPS 3R untuk memperkuat pengetahuan mereka, mengingat pengetahuan yang lebih tinggi terbukti meningkatkan minat berlangganan. Selain itu, strategi

komunikasi yang berfokus pada penguatan *Word of Mouth* positif, seperti melalui gerakan kampanye dari cerita sukses pengguna program, perlu diterapkan untuk mendorong minat masyarakat secara lebih efektif terhadap program serupa di masa mendatang.

2. Jumlah responden dalam penelitian ini hanya sebanyak 46 orang. Untuk memberikan gambaran yang lebih representatif mengenai masyarakat setempat, disarankan agar penelitian selanjutnya meningkatkan jumlah responden.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Bandura, A. (1976). Social-Learning Theory of Identificatory Processes. In D. A. Goslin (Ed.), *Handbook of socialization theory and research* (pp. 213–262). Chicago: Rand McNally.
- Darma, B. (2021). Stastika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R²). Guepedia.com.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2010). *Consumer Behavior & Marketing Strategy*. McGraw-Hill.
- Silverman, G. (2011). *Secrets of Word-Of-Mouth Marketing: How to Trigger Exponential Sales Through Runaway Word of Mouth*. AMACOM.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian: Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA CV.
- Widjadja, H. A. W. (2008). *Komunikasi: Komunikasi dan hubungan masyarakat*. Jakarta: Grasindo.

Artikel dalam Jurnal dan Internet

- Febriani, D., Mujiasih, E., & Prihatsanti, U. (2011). Hubungan antara Tingkatan Word Of Mouth (Wom) dengan Intensi Membeli Makanan Vegetarian pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal Psikologi Undip*, 10(1).
- Idrus, M. (2007). *Metode Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial (Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif)*.
- Indraswari, D. L. (2023, Agustus 7). Jalan Panjang Menuju Indonesia Bebas Sampah. *Kompas.id*. Retrieved

- from <https://www.kompas.id/baca/riset/2023/08/07/jalan-panjang-menuju-indonesia-bebas-sampah>
- Janah, N. (2020). *Pengaruh Tingkat Pengetahuan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah* (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Jannah, M. (2023). *Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan dan Tingkat Literasi Perbankan Syariah Terhadap Pengambilan Keputusan Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Studi Empiris Dari Masyarakat Di Kabupaten Aceh Besar)* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry Banda Aceh).
- Jusmansyah, M. (2020). Analisis Pengaruh Current Ratio, Debt to Equity Ratio, Total Asset Turn Over, Dan Return on Equity Terhadap Harga Saham. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 9(2), 179-198.
- Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan. (2023, Agustus 5). 72 juta ton sampah di Indonesia belum terkelola dengan baik..Retrieved from <https://www.kemenkopmk.go.id/72-juta-ton-sampah-di-indonesia-belum-terkelola-dengan-baik>
- Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat. (2017). *Petunjuk teknis TPS 3R*.
- Lestari, M., Pradekso, T., & Ayun, P. Q. (2022). Pengaruh Kompetensi Komunikasi Satgas Covid-19 Dan Intensitas Komunikasi Keluarga Mengenai Vaksin Covid-19 Terhadap Minat Melakukan Vaksinasi.
- Maulana, F. R. (2021). *Pengaruh Pengetahuan Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah (Studi Pada Nasabah Bank Syariah di Kecamatan Samatiga)* (Doctoral dissertation, UIN AR-RANIRY).
- Nitissia, A. V., Wijayanto, H., & Kristiyana, N. (2022). Pengaruh Lifestyle, Word of Mouth, dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian Ms. Glow ada mahasiswa Unmuh Ponorogo. *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management*, 2(3), 681–690.
- Pemkot Semarang. (2023, September 23). *Aktivitas Masyarakat Kembali*

- Normal, Produksi Sampah Di Kota Semarang Kembali Meningkat. *Semarangkota.go.id*. Retrieved from https://semarangkota.go.id/p/3873/aktivitas_masyarakat_kembali_normal,_produksi_sampah_di_kota_semarang_kemba
- PUPR Jawa Tengah. (2023, Maret 6). Tempat pengolahan sampah dengan prinsip 3R. *Instagram*. Retrieved from <https://www.instagram.com/p/CpcSgOevPqf/?igshid=MTZwcHNzND FhaTNpag>
- Purba, E. F., & Simanjuntak, P. (2012). *Metode Penelitian*. Medan: Universitas HKBP Nommensen.
- Ramadhan, A. R., & Luqman, Y. (2022). Hubungan Terpaan Isu Hoaks Vaksinasi Covid-19 tentang Efek Samping Setelah Vaksinasi dan Persepsi Masyarakat tentang Program Vaksinasi Covid-19 dengan Minat Melakukan Vaksinasi Covid-19 pada Masyarakat Kota Bontang.
- Shalma, N. A. (2023). Implementasi Teori Belajar Modelling Albert Bandura dalam Pembelajaran SKI di MI Mumtaza Islamic School Pamulang (Bachelor's thesis, Jakarta: FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Subagya, Y. T. (2015). Memadukan Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif Dalam Penelitian Ilmu Sosial. Retrieved from <http://repository.usd.ac.id/3670/>
- Suwartini, S. (2016). Teori kepribadian social cognitive: Kajian pemikiran Albert Bandura. *Al-Tazkiah: Jurnal Bimbingan dan Konseling Islam*, 5(1), 37–46.
- Umi, N. K. (2020). Pengaruh Promosi Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus konsumen Toko Family Cilacap) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi).
- Utami, K. D. (2023, Oktober 6). TPA Jatibarang terbakar lagi, sudah empat kali dalam sebulan. *Kompas.com*. Retrieved from <https://app.kompas.as/3ciwnjnnbw6Nf9DL>

Lampiran 1

Tabel Hasil Uji Regresi Linear Berganda oleh SPSS 15

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	88,478	2	44,239	9,969	,000 ^b
	Residual	195,266	44	4,438		
	Total	283,745	46			

a. Dependent Variable: Minat Berlangganan TPS3R

b. Predictors: (Constant), Tingkatan Word of Mouth mengenai Program 3R, Tingkat Pengetahuan mengenai Program 3R

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,558 ^a	,312	,281	2,107

a. Predictors: (Constant), Tingkatan Word of Mouth mengenai Program 3R, Tingkat Pengetahuan mengenai Program 3R

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,927	2,671		2,594	,013
	Tingkat Pengetahuan mengenai Program 3R	,426	,158	,350	2,694	,010
	Tingkatan Word of Mouth mengenai Program 3R	,113	,042	,352	2,709	,010

a. Dependent Variable: Minat Berlangganan TPS3R