

**MEMPREDIKSI ALTRUISTIC BEHAVIOR DENGAN PREDIKTOR RESIDENT PERCEPTIONS MELALUI AFFECTIVE COMMITMENT WARGA KOTA TASIKMALAYA**

**PREDICTING ALTRUISTIC BEHAVIOR WITH THE PREDICTOR RESIDENT PERCEPTIONS THROUGH AFFECTIVE COMMITMENT OF TASIKMALAYA CITY RESIDENT**

**Salma Nashirasanti<sup>1</sup> Yadi Ernawadi<sup>2</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Achmad Yani

Jl. Terusan Jenderal Sudirman Kota Cimahi Jawa Barat<sup>1,2</sup>

Email: [Salmanashirasanti\\_21p338@mn.unjani.ac.id](mailto:Salmanashirasanti_21p338@mn.unjani.ac.id)<sup>1</sup>, [yadi.ernawadi@lecture.unjani.ac.id](mailto:yadi.ernawadi@lecture.unjani.ac.id)<sup>2</sup>

**ABSTRACT**

*This study aims to predict altruistic behavior of Tasikmalaya City residents with predictors of resident perceptions through affective commitment. Social exchange theory (SET) proposed by Homans is applied as a foundation in developing a conceptual model. This study used survey method as the research method by collecting data from a sample involving 140 respondents. Structural equation modeling (SEM) was used as a data analysis technique with the SmartPLS version 3.0 tool. Social perception and infrastructure perception have a positive effect either directly or indirectly on altruistic behavior through affective commitment. Then, environmental perception has an indirect effect on altruistic behavior through affective commitment. The novelty of this research is to add new hypotheses, namely social perception and infrastructure perception as other predictors that are thought to be able to increase altruistic behavior. This research found that economic perception and cultural perception have no effect on altruistic behavior. Thus, future researchers can consider exploring other predictors that are thought to be able to predict altruistic behavior.*

**Key words:** *Social exchange theory (SET), economic perception, cultural perception, environmental perception, social perception, affective commitment, altruistic behavior*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk memprediksi *altruistic behavior* warga Kota Tasikmalaya dengan prediktor *resident perceptions* melalui *affective commitment*. *Social exchange theory* (SET) yang dikemukakan oleh Homans diterapkan sebagai landasan dalam mengembangkan model konseptual. Penelitian ini menggunakan metode survei sebagai metode penelitian dengan mengumpulkan data dari sampel yang melibatkan sebanyak 140 responden. *Structural equation modelling* (SEM) digunakan sebagai teknik analisis data dengan alat bantu SmartPLS versi 3.0. *Social perception* dan *infrastructure perception* berpengaruh positif baik secara langsung ataupun tidak langsung terhadap *altruistic behavior* melalui *affective commitment*. Kemudian, *environmental perception* berpengaruh secara tidak langsung terhadap *altruistic behavior* melalui *affective commitment*. Kebaruan pada riset ini adalah menambahkan hipotesis baru yaitu *social perception* dan *infrastructure perception* sebagai prediktor lain yang diduga mampu meningkatkan *altruistic behavior*. Riset ini menemukan bahwa *economic perception* dan *cultural perception* tidak berpengaruh terhadap *altruistic behavior*. Dengan demikian, peneliti selanjutnya mampu mempertimbangkan untuk mengeksplorasi prediktor-prediktor lain yang diduga mampu memprediksi *altruistic behavior*.

**Kata Kunci:** *Social exchange theory (SET), economic perception, cultural perception, environmental perception, social perception, affective commitment, altruistic behavior*

**PENDAHULUAN**

Manusia terlahir sebagai makhluk sosial yang tidak mampu memenuhi kebutuhannya tanpa adanya peran dari individu lain (Lulu & Musyarofah, 2020). Manusia cenderung akan melakukan tindakan positif seperti membantu orang lain untuk meraih kebahagiaan hidupnya

(Fadilah et al., 2024). Kebahagiaan hidup yang dicapai individu ialah ketika individu tersebut mendapatkan sesuatu yang diinginkannya seperti kepuasan, kenyamanan, dan kesenangan dalam hidupnya (Amin & Suzanna, 2022). Menurut Bakri & Jeddawi (2023) ketiga aspek ini didapatkan individu melalui

keberhasilan pembangunan suatu negara. Badan Pusat Statistika (BPS) Indonesia (2024) menyajikan data indeks kebahagiaan sebagai ukuran kebahagiaan warga dari 38 provinsi di Indonesia. Jawa Barat merupakan provinsi dengan jumlah penduduk sebanyak 50.489.200 jiwa dengan indeks kebahagiaan sebanyak 70,35 persen yang menempati posisi kelima terendah di Indonesia. Posisi tersebut dapat menandakan bahwa penduduk Jawa Barat memiliki tingkat kebahagiaan yang jauh lebih rendah dibandingkan dengan penduduk di provinsi lain di Indonesia. Salah satu kota di Jawa Barat adalah Tasikmalaya yang menduduki urutan kelima berdasarkan jumlah penduduk di provinsi tersebut yaitu 750.715 jiwa. Dengan demikian, posisi indeks kebahagiaan provinsi Jawa Barat menggambarkan kebahagiaan penduduk termasuk mereka yang tinggal di Kota Tasikmalaya. BPS mengukur indeks kebahagiaan tersebut berdasarkan aspek *life satisfaction*, *affect*, dan *eudaimonic* (BPS Indonesia, 2021). *Eudaimonic* merupakan perbuatan kebaikan yang dilakukan individu untuk mencapai kehidupan yang bahagia (Mauliyana & Indah, 2023). Kebahagiaan yang dirasakan tersebut mencerminkan perilaku positif untuk membantu orang lain tanpa adanya ganjaran (Garini & Ernawadi, 2024). Oleh karena itu, rendahnya kebahagiaan warga dapat mencerminkan rendahnya *altruistic behavior*. Riset ini ditujukan untuk memberikan penyelesaian atas masalah bagi pemerintah Kota Tasikmalaya guna meningkatkan *altruistic behavior* warga kota di masa yang akan datang.

Riset ini menggunakan *social exchange theory* (SET) sebagai landasan dalam mengusulkan model konseptual. Teori SET menjelaskan bahwa individu akan mengharapkan imbalan atas pengorbanan yang dikeluarkan sehingga menciptakan tingkah laku tertentu secara berulang jika ada manfaat yang diterima (Homans, 1961). SET telah digunakan sebagai *underpinning theory* dalam bidang ilmu pemasaran salah satunya *place marketing*. Penelitian Tang et al., (2021) menggunakan SET sebagai *underpinning theory* di bidang *tourism development* di Desa Xijiang Miao, China. Kemudian SET digunakan oleh Riyanto et al., (2023) di bidang *tourism development* di Kabupaten Malang, Jawa Timur. Poudel et al., (2024) menggunakan SET di bidang *tourism*

*development* di Pokhara. Hien et al., (2024) menggunakan SET pada bidang *tourism development* di Thanh Hoa City, Vietnam. Di sisi lain, SET digunakan Ratasuk (2024) di bidang *natural tourism* di Hainan, China. SET digunakan pada penelitian Bi et al., (2024) dalam bidang *forest ecotourism* di Shandong, China. Selain itu, SET digunakan oleh Ayuan et al., (2024) di bidang *rural ecotourism* di Henan, China. Sejauh ini, SET sebagai *underpinning theory* pada bidang *place marketing* dengan konteks *city marketing* masih jarang digunakan. Dalam bidang *place marketing*, Tang et al., (2021) mendapati hasil dimana *altruistic behavior* dipengaruhi secara positif oleh *affective commitment* warga di Xijiang Miao, China. Selain itu, Sari & Ernawadi (2024) mendapati bahwa *affective commitment* dipengaruhi secara positif oleh *resident perceptions* warga kota Jakarta. Kemudian, ditemukan bahwa *altruistic behavior* dipengaruhi oleh *resident perceptions* warga Kota Cimahi (Garini & Ernawadi, 2024). Penelitian Garini & Ernawadi (2024) memiliki keterbatasan berupa kurangnya mempertimbangkan faktor-faktor lain dalam variabel eksogen yang diduga mampu meningkatkan *altruistic behavior* warga Kota Cimahi. Dalam penelitian ini, *social perception* dan *infrastructure perception* ditambahkan sebagai dimensi variabel eksogen. Mengacu pada SET, kedudukan dimensi-dimensi *resident perceptions* dalam konteks empiris mencakup *economic perception*, *cultural perception*, *environmental perception*, *social perception* dan *infrastructure perception* sebagai imbalan yang diterima individu diposisikan sebagai variabel independen. Sedangkan *affective commitment* diposisikan sebagai respon afeksi dalam teori SET. perilaku positif diposisikan sebagai variabel dependen yaitu *altruistic behavior*.

Penelitian ini menggunakan SET dalam mengembangkan model konseptual secara kompleks dan mendalam. Imbalan yang diterima dari pengorbanan yang telah dikeluarkan mampu mengintervensi proses respon afektif individu (Homans, 1962). Proses ini merupakan makna positif yang menciptakan respon afektif berupa perasaan positif saat manfaat yang dirasakan sebanding ataupun lebih besar dari yang diinginkan (Homans, 1962). Konsep imbalan dalam penelitian ini dideduksi pada tingkat empiris sebagai variabel independen yaitu *economic perception*, *cultural*

*perception, environmental perception, social perception, dan infrastructure perception.* Konsep respon afektif dalam penelitian ini dideduksi pada tingkat empiris sebagai variabel mediasi yaitu *affective commitment*. *Economic perception* adalah persepsi warga terhadap keuntungan dalam bidang ekonomi yang dihasilkan dari pembangunan kota dalam aspek pekerjaan, penghasilan, dan biaya hidup (Tang et al., 2021). *Cultural perception* adalah persepsi warga terhadap kebiasaan, adat istiadat, dan tradisi di lingkungan masyarakat. *Environmental perception* adalah persepsi warga dalam konteks lingkungan alam seperti kualitas udara, kondisi air, dan keasrian alam di lingkungan mereka (Garini & Ernawadi, 2024). *Social perception* adalah persepsi warga terhadap kerukunan dan rasa saling menghormati antar sesama masyarakat (Zhang & Li, 2022). *Infrastructure perception* adalah persepsi warga terhadap tampilan jalan, ruang terbuka hijau dan trotoar yang digunakan oleh masyarakat (Das, 2024). *Affective commitment* merupakan keinginan untuk menjaga ikatan yang berharga dengan tempat yang ditinggali (Tang et al., 2021). Beberapa penelitian terdahulu mendapati bahwa *economic perception* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *affective commitment* (Tang et al., 2021). *Cultural perception* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *affective commitment* (Garini & Ernawadi, 2024). *Environmental perception* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *affective commitment* (Sari & Ernawadi, 2024). Sementara *social perception* dan *infrastructure perception* belum ditemukan hubungannya dengan *affective commitment* dalam tingkat empiris sehingga menjadi kebaruan dalam penelitian ini. Penjabaran di atas merupakan landasan diusulkannya hipotesis sebagai berikut:

- H1: *economic perception* berpengaruh positif terhadap *affective commitment*.
- H2: *cultural perception* berpengaruh positif terhadap *affective commitment*
- H3: *environmental perception* berpengaruh positif terhadap *affective commitment*
- H4: *social perception* berpengaruh positif terhadap *affective commitment*
- H5: *infrastructure perception* berpengaruh positif terhadap *affective commitment*

Ketika seseorang mendapatkan ganjaran yang sebanding atau bahkan lebih dari yang

diharapkan, besar kemungkinan individu tersebut akan melakukan perilaku positif (Homans, 1962). Konsep perilaku positif dalam penelitian ini dideduksi pada tingkat empiris sebagai variabel dependen yaitu *altruistic behavior*. Menurut Garini & Ernawadi (2024) *altruistic behavior* adalah perilaku positif berupa tindakan membantu orang lain secara sukarela. Penelitian terdahulu menemukan bahwa *economic perception* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *altruistic behavior* warga China (Wang et al., 2021). *Cultural perception* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *altruistic behavior* warga Kota Cimahi (Garini & Ernawadi, 2024). Lalu, *environmental perception* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *altruistic behavior* warga Guangzhou, China (Zhang & Li, 2022). Sementara itu, *social perception* dan *infrastructure perception* belum ditemukan hubungannya dengan *altruistic behavior* dalam tingkat empiris sehingga menjadi kebaruan dalam penelitian ini. Penjabaran di atas merupakan landasan diusulkannya hipotesis sebagai berikut:

- H6: *economic perception* berpengaruh positif terhadap *altruistic behavior*.
- H7: *cultural perception* berpengaruh positif terhadap *altruistic behavior*.
- H8: *environmental perception* berpengaruh positif terhadap *altruistic behavior*.
- H9: *social perception* berpengaruh positif terhadap *altruistic behavior*.
- H10: *infrastructure perception* berpengaruh positif terhadap *altruistic behavior*.

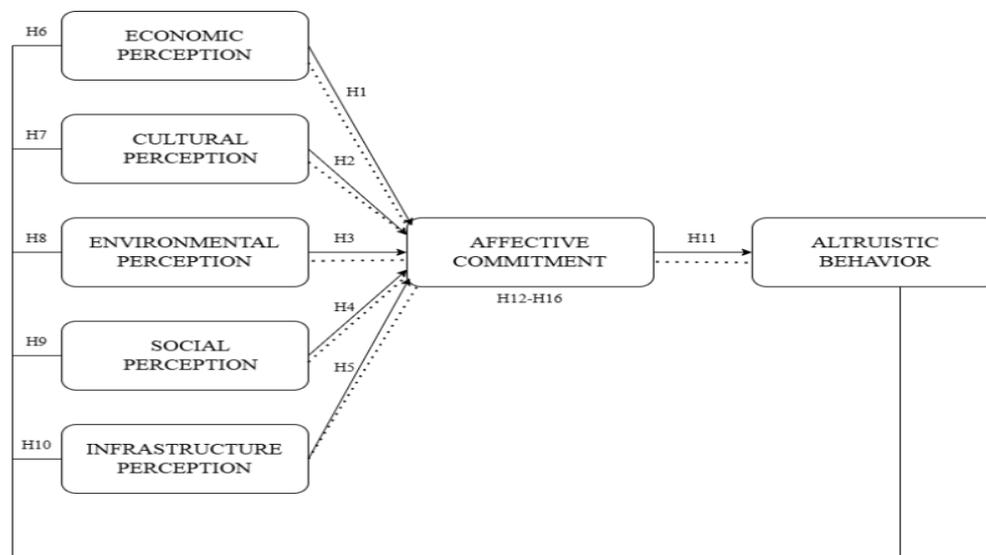
Pertukaran yang terjadi dalam situasi interaktif dapat memotivasi seseorang untuk melakukan tindakan positif dan menciptakan perilaku yang bermanfaat bagi orang lain (Lawler & Thye, 1999). Perilaku ini merupakan respon individu saat menerima manfaat positif yang sebanding atau bahkan lebih besar dari yang diharapkan individu (Homans, 1962). Individu mengevaluasi manfaat yang diterima dalam aspek kognitif dan afektif yang dapat menciptakan perilaku (Hilgard, 1980). Perilaku tersebut dapat bersifat positif atau negatif tergantung pada manfaat yang diterima oleh individu (homans, 1962). Penelitian terdahulu menemukan bahwa *affective commitment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *altruistic behavior* warga Desa Xijiang Miao, Tiongkok ((Tang et al., 2021). *Affective*

*commitment* berperan sebagai mediasi pengaruh *economic perception* warga Kota Cimahi (Garini & Ernawadi, 2024). *Affective commitment* berperan sebagai mediasi pengaruh *cultural perception* warga Kota Jakarta (Sari & Ernawadi, 2024). Selain itu, *affective commitment* berperan sebagai mediasi pengaruh *environmental perception* warga Kota Bandung (Anjani & Ernawadi, 2024). Sementara *affective commitment* belum ditemukan digunakan sebagai mediasi pengaruh *social perception* dan *infrastructure perception* terhadap *altruistic behavior* pada tingkat empiris sehingga menjadi kebaruan dalam penelitian ini. Penjabaran di atas merupakan landasan diusulkannya hipotesis sebagai berikut:

- H11: *affective commitment* berpengaruh positif terhadap *altruistic behavior*.
- H12: *affective commitment* berperan memediasi pengaruh *economic perception* terhadap *altruistic behavior*.
- H13: *affective commitment* berperan memediasi pengaruh *environmental perception* terhadap *altruistic behavior*.
- H14: *affective commitment* berperan memediasi pengaruh *cultural perception* terhadap *altruistic behavior*.
- H15: *affective commitment* berperan memediasi pengaruh *social perception* terhadap *altruistic behavior*.
- H16: *affective commitment* berperan memediasi pengaruh *infrastructure perception* terhadap *altruistic behavior*.

### METODE PENELITIAN

Riset ini menggunakan metode survei sebagai metode riset yang diterapkan. Metode survei merupakan metode riset yang dilakukan dengan cara melakukan pengumpulan data dari sampel dengan alat bantu kuisioner yang memiliki tujuan untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat dan melakukan pengujian pada hipotesis. Riset ini telah berhasil melewati uji validitas dengan penentuan ukuran pada *outer model* yakni *convergent validity* serta *discriminant validity*. Di sisi lain, nilai *composite reliability* digunakan untuk mengukur uji reliabilitas. Riset ini mengungkapkan bahwa setiap indikator memiliki nilai *loading factor*  $\geq 0,70$ . Maka, alat ukur yang digunakan pada riset ini dikatakan memadai sehingga mampu diterapkan sebagai ukuran dari seluruh variabel. Kemudian, nilai *composite reliability*  $>0,70$  diartikan bahwa seluruh variabel merupakan ukuran yang dikatakan konsisten dan dapat diandalkan. Nilai *cross loading* menunjukkan jumlah hubungan keterikatan seluruh variabel terukur dan seluruh variabel yang diukur berbeda dalam model yang sama. Indikator mampu dinyatakan memiliki nilai *discriminant validity* yang bagus saat hubungan antara variabel yang diukur lebih besar dari hubungan antara variabel terukur dengan variabel yang diukur lainnya.



**Gambar 1** Model konseptual memprediksi *altruistic behavior* dengan prediktor *residents perception* melalui *affective commitment*.

**Tabel 1** Nilai *Loading Factor* dan *Composite Reliability*

<b>Pernyataan</b>	<b><i>Loading factor</i></b>	<b><i>Composite Reliability</i></b>
<b><i>Economic perception (EP)</i></b>		0.904
Saya mempunyai pekerjaan yang layak di kota ini	0.853	
Saya memiliki penghasilan yang cukup di kota ini	0.902	
Biaya hidup di kota ini terjangkau	0.856	
<b><i>Cultural perception (CP)</i></b>		0.870
Saya bebas menjalankan ibadah sesuai keyakinan saya di tempat di mana saya tinggal	0.821	
Lingkungan masyarakat di mana saya tinggal toleran terhadap perbedaan	0.833	
Saya bebas menjalankan kebiasaan di mana saya tinggal sesuai dengan adat istiadat	0.839	
<b><i>Environmental perception (ENP)</i></b>		0.878
Kualitas udara di kota ini tergolong baik	0.860	
Kondisi air di kota ini tergolong bersih	0.791	
Keasrian kota ini masih terjaga dengan baik	0.868	
<b><i>Social perception (SP)</i></b>		0.878
Masyarakat di lingkungan tempat tinggal saya saling menghormati satu sama lain	0.810	
Masyarakat di lingkungan tempat tinggal saya rukun	0.869	
Masyarakat di lingkungan tempat saya hidup dengan damai	0.840	
<b><i>Infrastructure perception (IP)</i></b>		0.925
Jalan di kota ini nyaman untuk dilalui	0.873	
Trotoar di kota ini nyaman untuk para pejalan kaki	0.910	
Taman kota terawat dengan baik	0.907	
<b><i>Affective commitment (AC)</i></b>		0.869
Saya merasa bangga menjadi bagian dari kota ini	0.825	
Saya merasa bahagia tinggal di kota ini	0.841	
Saya ingin tinggal di kota ini untuk waktu yang tidak terbatas	0.823	
<b><i>Altruistic behavior (AB)</i></b>		0.907
Saya berperan dalam kegiatan gotong royong di lingkungan tempat tinggal saya	0.873	
Saya peduli pada orang-orang di sekitar saya	0.842	
Saya selalu berpartisipasi dalam kegiatan amal di lingkungan saya	0.824	
Saya sering membantu tetangga yang membutuhkan jika memungkinkan	0.828	

**Tabel 2** Nilai Cross Loading

	<i>Economic Perception (EP)</i>	<i>Cultural Perception (CP)</i>	<i>Environmental Perception (ENP)</i>	<i>Social Perception (SP)</i>	<i>Infrastructure Perception (IP)</i>	<i>Affective Commitment (AC)</i>	<i>Altruistic Behavior (AB)</i>
<b>EP1</b>	0.853	0.520	0.577	0.378	0.645	0.538	0.508
<b>EP2</b>	0.902	0.580	0.644	0.380	0.672	0.567	0.612
<b>EP3</b>	0.856	0.596	0.594	0.347	0.600	0.550	0.509
<b>CP1</b>	0.578	0.821	0.418	0.398	0.369	0.400	0.422
<b>CP2</b>	0.522	0.833	0.503	0.511	0.468	0.470	0.418
<b>CP3</b>	0.522	0.839	0.462	0.512	0.459	0.420	0.446
<b>ENP1</b>	0.600	0.470	0.860	0.459	0.615	0.618	0.537
<b>ENP2</b>	0.576	0.515	0.791	0.412	0.588	0.511	0.526
<b>ENP3</b>	0.580	0.424	0.868	0.433	0.627	0.571	0.597
<b>SP1</b>	0.345	0.490	0.403	0.810	0.270	0.374	0.386
<b>SP2</b>	0.475	0.529	0.524	0.869	0.397	0.444	0.555
<b>SP3</b>	0.237	0.425	0.367	0.840	0.266	0.404	0.507
<b>IP1</b>	0.683	0.504	0.695	0.238	0.873	0.601	0.564
<b>IP2</b>	0.655	0.488	0.601	0.377	0.910	0.634	0.631
<b>IP3</b>	0.641	0.412	0.663	0.389	0.907	0.585	0.635
<b>AC1</b>	0.535	0.488	0.576	0.462	0.590	0.825	0.587
<b>AC2</b>	0.567	0.444	0.546	0.416	0.546	0.841	0.614
<b>AC3</b>	0.471	0.350	0.562	0.328	0.546	0.823	0.541
<b>AB1</b>	0.606	0.496	0.590	0.578	0.669	0.594	0.873
<b>AB2</b>	0.459	0.444	0.564	0.492	0.544	0.595	0.842
<b>AB3</b>	0.572	0.430	0.583	0.467	0.569	0.585	0.824
<b>AB4</b>	0.457	0.355	0.473	0.409	0.496	0.589	0.828

Sumber: Output SEM-PLS versi 3.0 (Data Primer, 2024)

**Tabel 3** Nilai AVE dan Akar Kuadrat AVE

<b>Variabel</b>	<b>AVE</b>	<b>Akar kuadrat AVE</b>
<i>Economic Perception (EP)</i>	0.758	0,871
<i>Cultural Perception (CP)</i>	0.690	0,831
<i>Environmental Perception (ENP)</i>	0.706	0,840
<i>Social Perception (SP)</i>	0.706	0,840
<i>Infrastructure Perception (IP)</i>	0.804	0,897
<i>Affective Commitment (AC)</i>	0.688	0,829
<i>Altruistic Behavior (AB)</i>	0.709	0,842

Sumber: Output SEM-PLS versi 3.0 (Data Primer, 2024)

Hubungan antara konstruk dengan nilai akar AVE dibandingkan dalam evaluasi berikut. Menurut Yamin & Kurniawan (2011), korelasi antara konstruk sebaiknya tidak boleh <nilai akar AVE. Dilihat pada tabel 3, setiap

konstruksi menunjukkan bahwa nilai AVE >0,50 sehingga model riset ini dapat dinyatakan mempunyai *discriminant validity* yang lebih kuat.

**Tabel 4** F-Square

	EP	CP	ENP	SP	IP	AC	AB
EP						0.015	0.009
CP						0.001	0.003
ENP						0.052	0.005
SP						0.037	0.133
IP						0.085	0.075
AC							0.099
AB							

Sumber: Output SEM-PLS versi 3.0 (Data Primer, 2024)

Kemudian, *effect size* dapat dilihat dengan nilai *f-square* guna mengungkapkan seberapa besar kekuatan pengaruh variabel prediktor pada variabel terikat menggunakan kriteria yang telah diklasifikasikan sebagai berikut: jika nilai *f-square* <0,02 maka hasilnya tidak ada pengaruh antara variabel prediktor terhadap variabel terikat. Jika nilai *f-square* >0,02-0,15 maka hasilnya ada pengaruh kecil antara variabel prediktor terhadap variabel terikat. Jika nilai *f-square* >0,15-0,35 maka ada pengaruh sedang antara variabel prediktor terhadap variabel terikat dan jika nilai *f-square* >0,35 maka ada pengaruh besar antara variabel prediktor terhadap variabel terikat (Hardisman, 2021). Hasil nilai *f-square* dapat dilihat pada tabel 4 yang menunjukkan kesinambungan dengan nilai koefisien jalur.

*Goodness of fit* (GoF) didefinisikan sebagai pengukuran dengan tujuan untuk melihat seberapa besar hasil gabungan antara *outer model* dan *inner model*. Menurut Cohen (1988), nilai GoF dapat disimpulkan dengan beberapa kriteria yaitu nilai 0,1 (GoF kecil), 0,25 (GoF moderate), dan 0,36 (GoF besar) dengan nilai GoF ada diantara 0-1. Nilai GoF dapat dilihat pada tabel 5 dimana nilai GoF sebesar 0,660 sehingga dapat dikatakan bahwa riset ini memiliki performa gabungan hubungan *outer model* dan *inner model* yang besar. Maka, model yang telah dibuat pada riset ini dapat dilakukan untuk pengujian hipotesis menggunakan metode *bootstrapping* pada aplikasi SmartPLS.

**Tabel 5** Goodness of Fit (GoF)

Variabel	AVE	R-square
<i>Economic Perception</i> (EP)	0.758	
<i>Cultural Perception</i> (CP)	0.690	
<i>Environmental Perception</i> (ENP)	0.706	
<i>Social Perception</i> (SP)	0.706	
<i>Infrastructure Perception</i> (IP)	0.804	
<i>Affective Commitment</i> (AC)	0.688	0.566
<i>Altruistic Behavior</i> (AB)	0.709	0.642
<b>Rata-rata</b>	<b>0.723</b>	<b>0.604</b>

Sumber: Output SEM-PLS versi 3.0

Tabel 6 Profil Responden

Keterangan	JUMLAH	
	Orang	Persentase
<b>Jenis Kelamin</b>		
Pria	46	33%
Wanita	94	67%
<b>Usia</b>		
17-25 tahun	66	47%
26-35 tahun	42	30%
36-45 tahun	17	12%
> 45 tahun	15	11%
<b>Pekerjaan</b>		
Pegawai		
Swasta	53	38%
Pengusaha	15	11%
PNS	18	13%
yang lainnya	54	39%
<b>Lama tinggal di Kota Tasikmalaya</b>		
<5 tahun	26	19%
>5 tahun	114	81%
<b>Pendapatan</b>		
< Rp500.000	4	3%
Rp500.000-		
Rp1.000.000	18	13%
Rp1.000.000-		
Rp3.000.000	38	27%
> Rp3.000.000	80	57%

Penelitian ini melibatkan warga Kota Tasikmalaya yang bekerja serta tinggal di Kota Tasikmalaya minimal 5 tahun dengan berusia minimal 17 tahun. Berdasarkan kriteria tersebut, ditetapkan sampel sebanyak 140 responden. Riset ini menetapkan beberapa kriteria tertentu yang digunakan sehingga teknik pengambilan sampel pada riset ini merupakan *purposive sampling*. Data pada riset ini bersumber dari warga Kota Tasikmalaya sehingga data termasuk ke dalam jenis data primer. *Cross-sectional studies* atau *one shot* merupakan teknik pengumpulan data berdasarkan jangka waktu tertentu. Pengambilan data dari sampel untuk penelitian ini dikategorikan dalam *cross-sectional studies* karena data diperoleh hanya dalam waktu satu minggu dengan menggunakan sarana berupa kuesioner melalui *google form* yang disebarluaskan secara daring. Pengujian model statistik dilakukan dengan *partial least square* (PLS)

*structural equation modelling* (SEM) versi 3. Menu *model fit* pada SmartPLS digunakan sebagai pengukuran untuk melihat kecocokan model. Nilai *root mean square residual* (SRMR) pada riset ini adalah 0,064 dimana nilai tersebut kurang dari 1,00 dan nilai *normal fit index* (NFI) menunjukkan nilai sebesar 0,765 yang ada diantara angka 0,00-1,00. Dapat disimpulkan bahwa model pada penelitian ini dikatakan cocok (*fit*). Maka, model pada riset ini mampu untuk digunakan pada analisis selanjutnya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian hipotesis dilakukan dengan melakukan pengujian pada *inner model* menggunakan prosedur *bootstrapping*. Nilai *t-hitung* sebesar 1,65 ditentukan sebagai nilai yang dibandingkan dengan *t-statistic*. Selain itu, nilai  $\alpha$  0,05 digunakan untuk membandingkan *p-value* pada pengujian satu arah. Berikut merupakan tabel yang menyajikan hasil dari pengujian keenam belas hipotesis:

Tabel 7 Hasil Uji Hipotesis

DESKRIPSI HIPOTESIS		KOEFISIEN JALUR	T-STATISTIC	P-VALUE	KETERANGAN
H <sub>1</sub>	EP→AC	0.139	1.350	0.089	H <sub>1</sub> tidak didukung
H <sub>2</sub>	CP→AC	0.032	0.322	0.374	H <sub>2</sub> tidak didukung
H <sub>3</sub>	ENP→AC	0.247	2.384	0.009	H <sub>3</sub> didukung
H <sub>4</sub>	SP→AC	0.163	2.048	0.021	H <sub>4</sub> didukung
H <sub>5</sub>	IP→AC	0.317	3.292	0.001	H <sub>5</sub> didukung
H <sub>6</sub>	EP→AB	0.098	1.255	0.105	H <sub>6</sub> tidak didukung
H <sub>7</sub>	CP→AB	-0.044	0.645	0.260	H <sub>7</sub> tidak didukung
H <sub>8</sub>	ENP→AB	0.071	0.715	0.238	H <sub>8</sub> tidak didukung
H <sub>9</sub>	SP→AB	0.285	4.722	0.000	H <sub>9</sub> didukung
H <sub>10</sub>	IP→AB	0.281	3.049	0.001	H <sub>10</sub> didukung
H <sub>11</sub>	AC→AB	0.285	3.417	0.000	H <sub>11</sub> didukung
H <sub>12</sub>	EP→AC→AB	0.040	1.245	0.107	H <sub>12</sub> tidak didukung
H <sub>13</sub>	CP→AC→AB	0.009	0.317	0.376	H <sub>13</sub> tidak didukung
H <sub>14</sub>	ENP→AC→AB	0.071	1.742	0.041	H <sub>14</sub> didukung
H <sub>15</sub>	SP→AC→AB	0.047	1.694	0.045	H <sub>15</sub> didukung
H <sub>16</sub>	IP→AC→AB	0.090	2.250	0.012	H <sub>16</sub> didukung

Sumber: Output SEM-PLS versi 3.0 (Data Primer, 2024)

Berlandaskan pada hasil temuan pengujian pada hipotesis yang tertuang pada tabel di atas, *social perception* diketahui berpengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap *altruistic behavior*. *Social perception* berpengaruh secara langsung dengan besarnya koefisien jalur yaitu 0,285. Penemuan ini menunjukkan bahwa persepsi warga Kota Tasikmalaya tentang kerukunan dan rasa saling menghormati antar sesama masyarakat memberikan kontribusi pada timbulnya perilaku positif berupa tindakan membantu orang lain secara sukarela. Dengan demikian, semakin tinggi persepsi warga tentang masyarakat di lingkungan mereka yang saling menghormati satu sama lain, rukun, dan hidup dengan damai, maka semakin tinggi juga keikutsertaan warga dalam kegiatan gotong royong, kepedulian terhadap orang-orang di sekitar mereka, berpartisipasi dalam kegiatan amal, dan membantu tetangga yang membutuhkan. Selain itu, *affective commitment* berfungsi sebagai mediasi pengaruh *social perception* terhadap *altruistic behavior* dengan besarnya koefisien jalur yaitu 0,047.

Maknanya, perasaan warga mengenai keinginan mereka untuk menjaga ikatan yang berharga dengan tempat yang ditinggali memiliki kontribusi pada timbulnya persepsi warga Kota Tasikmalaya tentang kerukunan dan rasa saling menghormati antar sesama masyarakat yang pada akhirnya akan mendorong perilaku positif. Dengan demikian, semakin tinggi perasaan bangga, perasaan bahagia dan keinginan untuk terus tinggal di Kota Tasikmalaya akibat dari persepsi warga tentang masyarakat di lingkungan tempat tinggal mereka yang saling menghormati satu sama lain, rukun, dan hidup dengan damai, maka semakin tinggi juga keikutsertaan warga dalam kegiatan gotong royong, kepedulian terhadap orang-orang di sekitar mereka, berpartisipasi dalam kegiatan amal, dan membantu tetangga yang membutuhkan. Selanjutnya, ditemukan bahwa *infrastructure perception* berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap *altruistic behavior*. *Infrastructure perception* berpengaruh secara langsung dengan besarnya koefisien jalur yaitu 0,281. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi warga tentang kenyamanan fasilitas yang tersedia di Kota Tasikmalaya

memberikan kontribusi pada timbulnya perilaku positif berupa tindakan membantu orang lain secara sukarela. Dengan demikian, semakin tinggi persepsi warga tentang kenyamanan jalan, kenyamanan trotoar untuk pejalan kaki, dan taman kota yang terawat dengan baik, maka semakin tinggi juga keikutsertaan warga dalam kegiatan gotong royong, kepedulian terhadap orang-orang di sekitar mereka, berpartisipasi dalam kegiatan amal, dan membantu tetangga yang membutuhkan. Selain itu, *affective commitment* berfungsi sebagai mediasi pengaruh *infrastructure perception* terhadap *altruistic behavior* dengan besarnya koefisien jalur yaitu 0,090. Maknanya, perasaan warga mengenai keinginan mereka untuk menjaga ikatan yang berharga dengan tempat yang ditinggali memiliki kontribusi pada timbulnya persepsi warga Kota Tasikmalaya tentang kenyamanan fasilitas yang tersedia di Kota Tasikmalaya yang pada akhirnya akan mendorong perilaku positif. Dengan demikian, semakin tinggi perasaan bangga, perasaan bahagia dan keinginan untuk terus tinggal di Kota Tasikmalaya akibat dari persepsi warga tentang kenyamanan jalan, kenyamanan trotoar untuk pejalan kaki, dan taman kota yang terawat dengan baik, maka semakin tinggi juga keikutsertaan warga dalam kegiatan gotong royong, kepedulian terhadap orang-orang di sekitar mereka, berpartisipasi dalam kegiatan amal, dan membantu tetangga yang membutuhkan. Penarikan kesimpulan di atas menjelaskan bahwa temuan hasil penelitian ini memperkuat *social exchange theory* (SET) di mana proposisinya menjelaskan bahwa ketika seseorang mendapatkan manfaat yang sebanding atau bahkan lebih dari yang diharapkan, besar kemungkinan individu tersebut akan melakukan perilaku positif. Perilaku positif tersebut merupakan respon yang terjadi saat individu mengevaluasi manfaat yang diterima dalam aspek afektif berupa perasaan positif jika manfaat yang telah dirasakan atau diterima oleh individu lebih besar ataupun sebanding dengan apa yang ia harapkan. *Social perception* dan *infrastructure perception* merujuk pada manfaat yang diterima oleh individu. Sedangkan *altruistic behavior* merujuk pada

respon individu berupa perilaku positif atas manfaat yang diterima. Lalu, *affective commitment* merujuk pada perasaan positif yang terjadi saat individu mengevaluasi manfaat yang diterima. Hasil riset ini pun memperkuat penelitian sebelumnya yang menggunakan SET sebagai *underpinning theory* yaitu Tang et al., (2021), Riyanto et al., (2023), Poudel et al., (2024), Ratasuk (2024), Hien et al., (2024), Bi et al., (2024) dan Ayuan et al., (2024).

Kemudian, *environmental perception* ditemukan berpengaruh secara tidak langsung terhadap *altruistic behavior* melalui peran mediasi *affective commitment* dengan besarnya koefisien jalur yaitu 0,071. Penemuan ini menunjukkan bahwa perasaan warga mengenai keinginan mereka untuk menjaga ikatan yang bermakna dengan tempat yang ditinggali memiliki kontribusi pada timbulnya persepsi warga Kota Tasikmalaya tentang kualitas lingkungan yang pada akhirnya mendorong perilaku positif. Dengan demikian, semakin tinggi perasaan bangga, perasaan bahagia dan keinginan untuk terus tinggal di Kota Tasikmalaya akibat dari persepsi warga tentang kualitas udara, kondisi air dan keasrian lingkungan di Kota Tasikmalaya, maka semakin tinggi juga keikutsertaan warga dalam kegiatan gotong royong, kepedulian terhadap orang-orang di sekitar mereka, berpartisipasi dalam kegiatan amal, dan membantu tetangga yang membutuhkan. Penarikan kesimpulan di atas menjelaskan bahwa temuan hasil penelitian ini memperkuat *social exchange theory* (SET) di mana proposisinya menjelaskan bahwa perilaku positif individu merupakan respon yang terjadi saat individu mengevaluasi manfaat yang diterima dalam aspek afektif berupa perasaan positif jika manfaat yang telah dirasakan atau diterima oleh individu lebih besar ataupun sebanding dengan apa yang ia harapkan. *Environmental perception* merujuk pada manfaat yang diterima oleh individu, lalu *affective commitment* merujuk pada perasaan positif yang terjadi saat individu mengevaluasi manfaat yang diterima dalam aspek afektif, serta *altruistic behavior* merujuk pada respon perilaku positif individu. Hasil riset ini pun mendukung

penelitian terdahulu yaitu Tang et al., (2021), Garini & Ernawadi (2024), Sari & Ernawadi (2024), dan Anjani & Ernawadi (2024).

## PENUTUP

### Kesimpulan

Temuan riset ini menunjukkan bahwa *social perception* dan *infrastructure perception* berpengaruh positif baik secara langsung ataupun secara tidak langsung terhadap *altruistic behavior* melalui *affective commitment*. Kemudian, *environmental perception* menunjukkan pengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung terhadap *altruistic behavior* melalui *affective commitment*. Riset ini mendukung teori SET bahwa saat warga menerima manfaat dari dampak pembangunan kota berupa *environmental*, *social*, dan *infrastructure* di Kota Tasikmalaya, warga akan cenderung melakukan perilaku positif seperti tindakan membantu orang lain secara sukarela.

### Saran

Penemuan pada riset ini menghasilkan bahwa *economic perception* dan *cultural perception* tidak berpengaruh signifikan terhadap *altruistic behavior* baik secara langsung ataupun secara tidak langsung melalui *affective commitment*. Hal tersebut menunjukkan bahwa *economic perception* dan *cultural perception* tidak dapat memprediksi *altruistic behavior* sehingga peneliti selanjutnya mampu mempertimbangkan untuk mengeksplorasi prediktor-prediktor lain yang diduga mampu memprediksi *altruistic behavior*. Selain itu, penelitian ini tidak mampu untuk digeneralisasi pada populasi karena menggunakan teknik *purposive sampling* dalam memilih sampel. Maka dari itu, peneliti selanjutnya mampu menerapkan Teknik lain yaitu *probability sampling* sehingga penelitian mampu digeneralisasi pada populasi. Tujuan penelitian ini ialah memberikan penyelesaian atas masalah pada tingkat *altruistic behavior* penduduk Kota Tasikmalaya yang jauh lebih rendah daripada penduduk kota di provinsi-provinsi lain di Indonesia. Pada penelitian ini, *environmental perception*, *social perception*, dan *infrastructure perception*

berpengaruh positif dan signifikan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap *altruistic behavior*. Maka, pemerintah Kota Tasikmalaya dapat membuat strategi pemasaran kota berupa rancangan program yang dirasa sesuai dengan *environmental perception*, *social perception*, dan *infrastructure perception*. Ukuran untuk *environmental perception* meliputi persepsi warga terhadap kualitas udara, kondisi air dan keasrian lingkungan. lalu, ukuran untuk *social perception* meliputi persepsi warga terhadap masyarakat di lingkungan tempat tinggal mereka yang saling menghormati, rukun dan hidup dengan damai. Selain itu, ukuran *infrastructure perception* meliputi persepsi warga terhadap kenyamanan jalan untuk dilalui, kenyamanan trotoar untuk para pejalan kaki, dan taman kota yang terawat. Berikut ini merupakan program yang dapat dipertimbangkan oleh pemerintah Kota Tasikmalaya agar mampu meningkatkan *environmental perception*, *social perception*, dan *infrastructure perception*:

1. Program Langit Biru di Kota Tasikmalaya. rancangan ini merupakan upaya yang memiliki tujuan untuk mengendalikan pencemaran udara yang disebabkan oleh kendaraan dengan menerapkan perilaku sadar terhadap lingkungan. Kendaraan yang melaju dengan kecepatan rendah cenderung menghasilkan emisi gas buang yang lebih besar. Oleh karena itu, Pemerintah Kota Tasikmalaya dapat merancang perbaikan pada manajemen lalu lintas di Kota Tasikmalaya sehingga polusi udara dapat dikendalikan dan mampu mencegah pencemaran udara dan dapat meningkatkan kualitas udara di Kota Tasikmalaya.
2. Program Giat Peduli Lingkungan Sungai. Program ini sebagai upaya yang dapat dilakukan oleh pemerintah Kota Tasikmalaya untuk mendorong warganya dalam meningkatkan wawasan tentang pentingnya menjaga kelestarian

- lingkungan, salah satunya dalam meningkatkan air bersih di lingkungan sekitar. Pemerintah Kota Tasikmalaya dapat mengajak relawan serta masyarakat sekitar untuk melakukan kegiatan bersih-bersih sungai sekaligus memberikan edukasi mengenai kesadaran dan kepedulian masyarakat dengan jangan membuang sampah dan limbah keluarga ke sungai.
3. Program Ruang Terbuka Hijau (RTH). Pemerintah Kota Tasikmalaya dapat melakukan program RTM dengan menyediakan lebih banyak taman sehingga dapat meningkatkan keasrian lingkungan Kota Tasikmalaya dan menjaga stabilitas lingkungan Kota Tasikmalaya.
  4. Program pemberdayaan warga. Pemerintah Kota Tasikmalaya dapat melakukan program pemberdayaan warga dalam meningkatkan rasa saling menghormati, rukun dan hidup yang damai di lingkungan tempat tinggal warga. **Pertama**, mendorong warga agar mampu berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan yang melibatkan interaksi di lingkungan tempat tinggal mereka dengan tujuan meningkatkan hubungan yang erat antar warga. **Kedua**, mengadakan pertemuan rutin antar sesama warga di lingkungan tempat tinggal untuk saling mengenal, berbagi cerita, dan menciptakan ikatan antar warga. **Ketiga**, menciptakan lingkungan tempat tinggal yang menghargai satu sama lain dengan cara memahami perbedaan yang ada.
  5. Program pemeliharaan jalan, trotoar dan fasilitas ruang terbuka. Pemerintah Kota Tasikmalaya dapat melakukan program tersebut untuk meningkatkan kenyamanan jalan, kenyamanan trotoar untuk pejalan kaki, dan terawatnya taman Kota

Tasikmalaya. **Pertama**, untuk meningkatkan kenyamanan jalan, pemerintah Kota Tasikmalaya dapat melakukan pemeliharaan secara berkala dengan cara memperbaiki jalan yang berlubang, pemeliharaan secara rutin saluran atau gorong-gorong di tepi jalan, serta kondisi rambu-rambu lalu lintas yang terpelihara. **Kedua**, untuk meningkatkan kenyamanan trotoar pejalan kaki, pemerintah Kota Tasikmalaya perlu melakukan penindakan kepada para pedagang yang berjualan di trotoar, agar memastikan trotoar aman untuk dilalui dengan dilakukannya pemeliharaan secara berkala, dan memastikan bahwa trotoar memiliki fasilitas *guiding block* untuk membantu penyandang disabilitas khususnya tunanetra. **Ketiga**, dalam meningkatkan keterawatan taman kota di Kota Tasikmalaya, pemerintah Kota Tasikmalaya perlu memastikan kelengkapan fasilitas yang tersedia di taman kota seperti fasilitas untuk berolahraga dan fasilitas umum. Pemerintah dapat menyediakan beberapa alat olahraga yang dapat digunakan untuk semua kalangan dari anak kecil hingga lansia. Selain itu, tempat duduk dan tong sampah yang tersedia di setiap sudut taman.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anjani, A. & Ernawadi, Y (2024). Factors that contribute to affective resident commitment of Bandung City residents. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)* 7, 10269–10284.
- Amin, S., & Suzanna, E. (2022). Exploring the psychological well-being from altruistic behavior in the realities of acehnese community. *Jurnal Masyarakat Dan Budaya*, 24(1), 57–67. <https://doi.org/10.55981/jmb.1250>

- Mauliyana, A & Indah, V. (2023). eudaimonia dalam filsafat stoa sebagai dasar etika. *Jurnal Aqidah-Ta*, IX, 18.
- Ayuan, Z., Lulu, L., Mohi, Z., & Mohd Hanafiah, M. H. (2024). Impact of henan rural tourism development on local perceptions, quality of life, and support: a social exchange theory perspective. *Interciencia*, January. <https://doi.org/10.59671/yy6el>
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2021). Indeks kebahagiaan 2021 A.
- Bi, J., Wang, B., & Lu, F. (2024). Does host-guest interaction stimulate tourists' citizenship behavior? a combination of social exchange theory and cognitive appraisal theory. *Forests*, 15(7), 1–12. <https://doi.org/10.3390/f15071156>
- BPS Indonesia, S. I. (2023). Catalog : 1101001. *Statistik Indonesia 2023, 1101001*, 790. <https://www.bps.go.id/publication/2020/04/29/e9011b3155d45d70823c141f/statistik-indonesia-2020.html>
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral science* (2nd ed).
- Das, D. K. (2024). Exploring the symbiotic relationship between digital transformation, infrastructure, service delivery, and governance for smart sustainable cities. *Smart Cities*, 7(2), 806–835. <https://doi.org/10.3390/smartcities7020034>
- Fadilah, A. R., Astria, S., Ginting, B., Aisyah, S., Aisyah, S., & Purba, B. (2024). Penerapan pendekatan interpersonal kepribadian Henry Murray dalam mengatasi korban bully. *I2(1)*, 1–12.
- Garini, R. N., & Ernawadi, Y. (2024). Resident perceptions dan altruistic behavior sebagai anteseden affective commitment warga Kota Cimahi. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(4), 8791–8802. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i4.8664>
- H, yamin s & kurniawan. (2011). Partial least square path modeling.
- Hardisman. (2021). Analisis partial least square structural equation modelling (PLS-SEM).
- Hien, D. T., Thuy, D. T., Phan, T. T., & Lien, N. T. (2024). Residents' perception and support for tourism development: an early-stage perspective applying extended social exchange theory. *Pakistan Journal of Life and Social Sciences*, 22(2), 4350–4364. <https://doi.org/10.57239/PJLSS-2024-22.2.00323>
- Hilgard, E. R. (1980). The trilogy of mind: cognition, affection, and conation. *Journal of the History of the Behavioral Sciences*, 16(2), 107–117. [https://doi.org/10.1002/1520-6696\(198004\)16:2<107::AID-JHBS2300160202>3.0.CO;2-Y](https://doi.org/10.1002/1520-6696(198004)16:2<107::AID-JHBS2300160202>3.0.CO;2-Y)
- Lawler, E. J., & Thye, S. R. (1999). Bringing emotions into social exchange theory. *Annual Review of Sociology*, 25, 217–244. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.25.1.217>
- Lulu & Musyarofah, H. (2020). Peran manusia sebagai makhluk individu dan makhluk sosial dalam kehidupan Bernegara. *Kompasiana*, 4, 2250–2259.
- Poudel, S., Basyal, D. K., Devkota, N., Paudel, U. R., Lawaju, P., & Danuwar, R. K. (2024). Using social exchange theory to predict residents' perspective on factors influencing tourism development in Pokhara. *Smart Tourism*, 5(1), 2561. <https://doi.org/10.54517/st.v5i1.2561>
- Powers, E. (2009). Social exchange theory. *The praeger handbook of victimology*, 256–258. <https://doi.org/10.4324/9781003141372-14>
- Ratasuk, A. (2024). Determinants of revisit intention of domestic snorkeling tourists in Hainan , China. *September*.
- Rex, J., & Homans, G. C. (1962). Social behaviour, its elementary forms. In *The British Journal of Sociology* (cetakan, Vol. 13, Issue 1). Routledge & Kegan Paul. <https://doi.org/10.2307/587952>
- Riyanto, Iqbal, M., Supriono, Fahmi, M. R. A., & Yuliaji, E. S. (2023). The effect of community involvement and

- perceived impact on residents' overall well-being: Evidence in Malang marine tourism. *Cogent Business and Management*, 10(3), 1–20. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2270800>
- Sari, N & Ernawadi, Y. (2024). The influence of residents' perception on civic virtue through the affective commitment of Jakarta residents. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7 (4).
- Tang, R., Kang, S. E., Lee, W. S., & Park, S. (2021). Influence of residents' perceptions of tourism development on their affective commitment, altruistic behavior, and civic virtue for community. *International Journal of Tourism Research*, 23(5), 781–791. <https://doi.org/10.1002/jtr.2441>
- Turner, J. H. (2017). Theoretical sociology: a concise introduction to twelve sociological theories. In *Theoretical Sociology: A Concise Introduction to Twelve Sociological Theories*. <https://doi.org/10.4135/9781506374635>
- Wang, Y., Yang, C., Zhang, Y., & Hu, X. (2021). Socioeconomic status and prosocial behavior: the mediating roles of community identity and perceived control. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(19). <https://doi.org/10.3390/ijerph181910308>
- Zhang, H., & Li, W. (2022). Where you live Does matter: impact of residents' place image on their subjective well-being. *Sustainability (Switzerland)*, 14(23). <https://doi.org/10.3390/su142316106>