

Creer, Sentir, Actuar: El Camino de la Religiosidad hacia una Vida Plena y Sostenible

Believe, Feel, Act: The Path of Religiosity toward a Fulfilling and Sustainable Life

Eliana Sulima Vera Guevara¹, Lorenzo Bonisoli²

RESUMEN

Los desafíos ambientales actuales han impulsado la búsqueda de factores que promuevan estilos de vida sostenibles. El objetivo de este estudio es analizar cómo las dimensiones de la religiosidad—devocional, espiritualidad, ético-conductual, guía de vida y prosocial— influyen en la satisfacción con la vida y cómo esta, a su vez, impacta en los comportamientos sostenibles en jóvenes de la Generación Z en Ecuador. Se aplicó un enfoque cuantitativo de tipo exploratorio, con diseño transversal y análisis mediante ecuaciones estructurales (SEM-PLS), a una muestra de 369 participantes. Los resultados indican que las dimensiones devocional, ético-conductual y guía de vida influyen significativamente en la satisfacción con la vida, siendo un predictor clave de los comportamientos sostenibles, mientras que las dimensiones espiritualidad y prosocial no mostraron un impacto significativo. Estos hallazgos ofrecen implicaciones relevantes para el marketing y las empresas, al permitir identificar motivaciones éticas y personales que pueden guiar estrategias dirigidas a esta generación.

INFORMACIÓN DEL ARTÍCULO

Fecha de recepción: 09 de septiembre de 2025.
Fecha de aceptación: 17 de noviembre de 2025.

¹ Eliana Sulima Vera Guevara
<https://orcid.org/0009-0001-0418-9336>
Universidad Técnica de Machala
evera6@utmachala.edu.ec

² Lorenzo Bonisoli
<https://orcid.org/0000-0003-3336-5658>
Universidad Técnica de Machala
lbonisoli@utmachala.edu.ec

Palabras clave: *religiosidad, satisfacción con la vida, comportamientos sostenibles, Generación Z, SEM-PLS.*



ABSTRACT

Current environmental challenges have driven the search for factors that promote sustainable lifestyles. The objective of this study is to analyze how the dimensions of religiosity—devotional, spirituality, ethical-conductual, life guidance, and prosocial—influence life satisfaction and how, in turn, it impacts sustainable behaviors among Generation Z youth in Ecuador. A quantitative exploratory approach with a cross-sectional design and structural equation modeling (SEM-PLS) analysis was applied to a sample of 369 participants. The results indicate that the devotional, ethical-conductual, and life guidance dimensions significantly influence life satisfaction, which is a key predictor of sustainable behaviors, while the spirituality and prosocial dimensions did not show a significant impact. These findings offer relevant implications for marketing and businesses, as they allow the identification of ethical and personal motivations that can guide strategies targeted at this generation.

Keywords: *religiosity, life satisfaction, sustainable behaviors, Generation Z, SEM-PLS.*

I. INTRODUCCIÓN

En las últimas dos décadas se han emitido múltiples alertas sobre la degradación de los recursos naturales; sin embargo, gran parte de la población mundial ha adoptado un estilo de vida cómodo y centrado en el presente, ignorando los efectos acumulativos de sus acciones o fingiendo preocupación sin un compromiso real de cambio (Pinho & Gomes, 2023). Esta situación ha provocado un incremento de problemas ambientales, como la acumulación de desechos sólidos, la contaminación del aire, la disminución de la capa de ozono, el calentamiento global y la intensificación de desastres naturales, los cuales han sido ampliamente debatidos a nivel internacional (Aslam et al., 2022).

En este contexto, resulta evidente que las prácticas insostenibles de producción y consumo han sido identificadas como factores centrales de estas crisis, generando efectos negativos sobre el medio ambiente, lo que ha impulsado una creciente necesidad de promover cambios hacia estilos de vida más responsables y ecológicos (Zhuang et al., 2021). Estudios recientes señalan que el comportamiento humano es uno de los principales responsables de esta problemática, y, por tanto, resulta necesario implementar cambios drásticos en los patrones actuales de conducta para enfrentar con éxito estos desafíos (Çiçek & Ayten, 2023; Mammadli & Gigliarano, 2024).

Adoptar comportamientos sostenibles implica realizar acciones que buscan reducir el impacto ambiental, conservar los recursos naturales y promover el bienestar para las generaciones actuales y futuras (Navarro et al., 2020). Las personas que adoptan estos hábitos tienden a

experimentar un mayor bienestar al participar en actividades que ayuden a proteger el medio ambiente siendo, esto un factor clave que contribuye a la satisfacción con la vida (Wang & Kang, 2019). La satisfacción de la vida se define como una evaluación subjetiva que cada individuo hace sobre su propia calidad de vida en base a sus propios criterios (Toker, 2012).

En esta línea, varios estudios han explorado la conexión entre comportamientos sostenibles y satisfacción con la vida. Por ejemplo, Brown y Kasser encontraron que la satisfacción con la vida estaba relacionada con huellas ecológicas más pequeñas; es decir, aquellos que viven de manera más sostenible consumen menos recursos y tienen un menor impacto ambiental. Asimismo, Welsch y Kühlung reportaron una asociación positiva y significativa entre la satisfacción con la vida y el comportamiento proambiental, lo cual indica que las personas más satisfechas con su vida son también más propensas a adoptar conductas ecológicas (como se cita en Pandowo et al., 2021).

Además de realizar acciones que ayudan a cuidar el planeta y generan bienestar, también lo hacen aspectos más internos como la religiosidad, que guía a una persona a sentirse más satisfecha con su vida (Karimi et al., 2022). Desde esta perspectiva, la religiosidad puede entenderse como una experiencia profunda y personal que cada individuo vive según sus propias creencias y prácticas que lo conectan con lo sagrado (Shaikh et al., 2022). De esta manera, en estudios previos han mostrado que, según el nivel de religiosidad, las personas tienden a experimentar mayores niveles de satisfacción con la vida y un profundo sentido de propósito, lo cual se refleja en comportamientos más conscientes y sostenibles (Mohammad et al., 2024).

En esta investigación, la religiosidad se aborda como una variable multidimensional compuesta por cinco dimensiones: devocional, espiritualidad, ético-conductual, guía de vida y prosocial. Estas dimensiones permiten comprender de mejor manera el papel de la religiosidad en la vida de las personas, aportando un entendimiento más profundo de cómo se manifiesta en la vida cotidiana y en sus decisiones diarias.

Aunque la literatura ha explorado la relación entre la religiosidad, la satisfacción con la vida y el comportamiento sostenible, la mayoría de estos estudios lo ha hecho de forma aislada, sin considerar la interacción conjunta de estas variables en un mismo modelo.

Además, se identifica una escasez de investigaciones que aborden estas variables de manera integrada en poblaciones específicas como la Generación Z, caracterizada por tener un mayor interés y conciencia sobre los problemas ambientales en comparación con generaciones anteriores, preocupándose más por el cuidado del medio ambiente y optando por vivir de manera saludable y sostenible (Perono et al., 2022).

Esta generación no solo se interesa por su bienestar presente, sino que también considera el impacto que sus acciones pueden tener en el futuro. Además, muestran un mayor interés en participar en cuestiones sociales y así como un sentido más fuerte de responsabilidad (Dragolea et al., 2023). Por ello, el presente estudio busca cerrar esta brecha y tiene como objetivo analizar cómo las dimensiones de la religiosidad influyen en la satisfacción con la vida y cómo esta, a su vez, impacta en los comportamientos sostenibles. A partir de este enfoque, se plantean las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿De qué forma influyen las distintas dimensiones de la religiosidad en la satisfacción con la vida de los Generación Z?
2. ¿Cómo se relaciona la satisfacción con la vida con la adopción de comportamientos sostenibles en esta población?
3. ¿Cuál es la capacidad predictiva del modelo propuesto en la explicación del comportamiento sostenible, a partir de las dimensiones de la religiosidad y la satisfacción con la vida, utilizando SEM-PLS?

Las implicaciones de este estudio son relevantes para el sector empresarial y el marketing, ya que permiten identificar los factores que motivan comportamientos sostenibles en la Generación Z. Conocer qué dimensiones de la religiosidad predicen mejor estas conductas ayuda a desarrollar estrategias de segmentación más efectivas y responsables, fortaleciendo el posicionamiento de marca y promoviendo estilos de vida sostenibles. Además, facilita conectar con los consumidores jóvenes desde perspectivas éticas, emocionales y sociales.

II. MARCO TEÓRICO

Comportamientos Sostenibles

Se refiere a las acciones conscientes y responsables que buscan preservar la integridad de los ecosistemas, tanto físicos como sociales, con el fin de asegurar que los recursos naturales sean utilizados de manera adecuada no solo para satisfacer las necesidades de la generación actual, sino también para garantizar el bienestar de las generaciones futuras (Sharma, 2024). Estas conductas incluyen prácticas cotidianas como

el ahorro de agua y electricidad, el reciclaje, la compra de productos ecológicos, el uso de medios de transporte sostenibles y el uso compartido de bicicletas (Piscitelli & D'Uggetto, 2022).

Diversos factores influyen en la adopción de comportamientos sostenibles; entre ellos destacan aspectos individuales como las creencias, intenciones, valores, normas, actitudes y hábitos de los consumidores, así como componentes socioemocionales que fomentan la cooperación y la toma de decisiones conscientes con el entorno (Muñoz-García & Villena-Martínez, 2020).

Las personas más conscientes del cuidado ambiental tienden a experimentar un mayor bienestar y felicidad. Por ejemplo, Corral Verdugo (2012) señala que las emociones desempeñan un papel clave, ya que pueden facilitar o inhibir las conductas sostenibles, dependiendo de si son positivas o negativas, como ocurre con la indignación frente al daño ambiental. Asimismo, se ha demostrado que adoptar prácticas sostenibles se asocia con beneficios psicológicos como el aumento de la felicidad, la autoeficacia y la calidad de vida, dado que las personas que participan activamente en actividades proambientales tienden a experimentar mayores niveles de satisfacción y plenitud (Sharma, 2024).

Satisfacción con la Vida

La satisfacción con la vida se define como una evaluación cognitiva de la calidad de vida en general de un individuo, realizada a partir de sus propios criterios personales. También implica un proceso mental en el que las personas valoran

su vida comparando su situación actual con los criterios y expectativas que ellas mismas han establecido (Saintila et al., 2024). Se considera un componente esencial del bienestar subjetivo y está influenciado por diversos factores, incluidos el bienestar emocional y los valores humanos (Christie & Venter De Villiers, 2023). Además, la satisfacción con la vida se ha asociado con la felicidad y se puede lograr mediante el cumplimiento de objetivos y propósitos en la vida (Chou et al., 2023; Palmieri & Forleo, 2021).

En este contexto, varios estudios han encontrado una asociación positiva entre la satisfacción con la vida y los comportamientos sostenibles. Por ejemplo, Sameer et al. (2021) señalan que las personas que se sienten más felices o satisfechas con su vida tienden a participar en un consumo más responsable. También, Ibáñez-Rueda et al. (2020) evidencian que quienes adoptan estilos de vida sostenibles reportan un mayor bienestar, identificando una relación positiva entre el comportamiento proambiental y la satisfacción con la vida.

Dado lo argumentado anteriormente, se formula la siguiente hipótesis:

H1: La satisfacción con la vida influye significativamente en los comportamientos sostenibles.

Religiosidad

La religiosidad y la religión son conceptos que, aunque a menudo se utilizan indistintamente, presentan diferencias significativas. La religión se define como un sistema organizado de creencias, símbolos y rituales que permiten a una persona sentirse cerca de Dios (Islam &

Chandrasekaran, 2020). Por otro lado, la religiosidad se refiere al grado de compromiso personal con las creencias y los valores religiosos, los cuales se mantienen a través de un vínculo espiritual interno y de una conducta religiosa externa, como prácticas y comportamientos (Dinh et al., 2022).

La religiosidad en este estudio se aborda como una variable multidimensional compuesta por cinco dimensiones, las cuales se detallan a continuación:

Religiosidad Devocional

La religiosidad devocional se refiere al conjunto de prácticas y experiencias mediante las cuales los individuos expresan activamente su fe y fortalecen su vínculo con lo divino. Este tipo de religiosidad no se limita a creencias internas, sino que se expresa mediante prácticas concretas, tanto individuales como colectivas, como la oración, la meditación, los rituales religiosos y la participación en actividades de culto (Afnan, 2021). Según Fauzi (2022), se encontró una relación positiva entre las prácticas devocionales y la satisfacción con la vida, lo que sugiere que este tipo de expresión religiosa puede guiar a la persona a sentirse más plena y satisfecha con su existencia.

Dado lo argumentado anteriormente, se formula la siguiente hipótesis:

H2: La religiosidad devocional influye significativamente en la satisfacción con la vida.

Espiritualidad

La espiritualidad, aunque relacionada con la religiosidad, abarca una comprensión más amplia

de lo sagrado y conlleva un sentido inherente de interconexión con la vida y un poder superior que trasciende al individuo (Vieten & Lukoff, 2021). En la misma línea, Shabani et al. (2023) señalan que la espiritualidad implica comprender el propósito de la vida, reconocer los valores personales, trascender lo material y conectar con uno mismo, con los demás, con la naturaleza y con un poder superior.

Como resultado, la espiritualidad contribuye a generar felicidad, aumentar la comprensión del propósito vital y alcanzar niveles superiores de satisfacción con la vida (Jadidi et al., 2022; Kasapoğlu, 2022). Por tanto, se presenta como un componente central que influye en el nivel de satisfacción de un individuo con su vida en general (Shabani et al., 2023).

Dado lo argumentado anteriormente, se formula la siguiente hipótesis:

H3: La espiritualidad influye significativamente en la satisfacción con la vida.

Religiosidad Ético-Conductual

La religiosidad ético-conductual se refiere al grado en que un individuo se adhiere a los principios religiosos que guían el juicio moral y la toma de decisiones, influyendo positivamente en su comportamiento al regular sus acciones conforme a las normas establecidas por su fe (Hassan et al., 2023). En esta línea, Villani et al. (2025) encontraron que los adultos jóvenes con una religiosidad basada en valores éticos coherentes con su identidad religiosa reportaron mayores niveles de bienestar subjetivo. Esto sugiere que vivir de acuerdo con principios morales derivados de la fe contribuye significativamente a la satisfacción con la vida.

Dado lo argumentado anteriormente, se formula la siguiente hipótesis:

H4: La religiosidad ético-conductual influye significativamente en la satisfacción con la vida.

Religiosidad como Guía de Vida

La religiosidad como guía de vida se refiere a la función orientadora que tienen las creencias y principios religiosos en la existencia humana, proporcionando marcos éticos, repertorios prácticos y conocimientos sobre lo que se considera una vida plena y correcta. Desde esta perspectiva, las religiones contribuyen al bienestar, la dignidad y la responsabilidad individual, ofreciendo criterios para afrontar la complejidad de la vida y tomar decisiones con sentido, libertad y coherencia con los valores de fe (Engemann, 2023). En este sentido, las personas que tienen un alto nivel de compromiso religioso tienden a sentirse más satisfechas con su vida, ya que dicho compromiso les aporta bienestar y una visión más positiva de su existencia (Villani et al., 2019).

Dado lo argumentado anteriormente, se formula la siguiente hipótesis:

H5: La religiosidad como guía de vida influye significativamente en la satisfacción con la vida.

Religiosidad Prosocial

La prosocialidad se define como acciones que tienen como objetivo beneficiar a otras personas o a la comunidad en general. Cuando se combina con la religiosidad, se refiere a los comportamientos y actitudes prosociales que se observan en individuos que son religiosos o que están influenciados por creencias religiosas. Esto implica que las personas que practican una

religión o que se guían por principios religiosos tienden a involucrarse más en acciones que ayudan a los demás (Tsang et al., 2021).

La religiosidad prosocial no solo se manifiesta en acciones concretas, sino que también está asociada con una mayor satisfacción con la vida. Estudios han demostrado que las conductas prosociales arraigadas en creencias religiosas se correlacionan positivamente con la satisfacción con la vida, sugiriendo que el compromiso con el bienestar de los demás puede contribuir al bienestar personal (Zahoor et al., 2021).

Dado lo argumentado anteriormente, se formula la siguiente hipótesis:

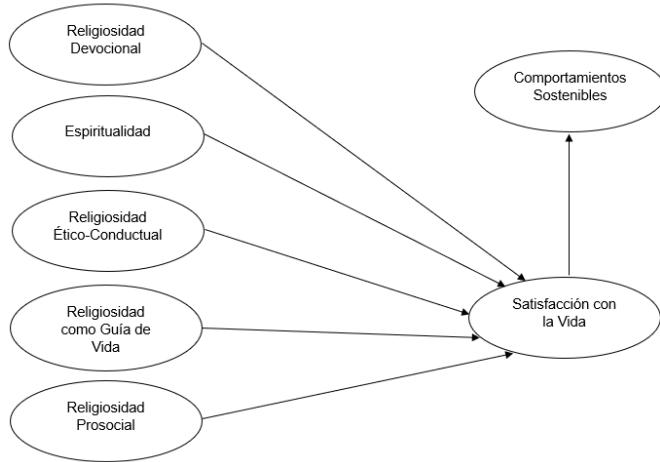
H6: La religiosidad prosocial influye significativamente en la satisfacción con la vida.

III. METODOLOGÍA

El presente estudio adoptó un enfoque cuantitativo, de tipo exploratorio, utilizando un diseño transversal, ya que los datos se recopilaron en un único momento del tiempo.

Se realizó una revisión de la literatura relacionada con el tema, lo que permitió identificar las variables y los indicadores correspondientes. A partir de esta información, se elaboró un cuestionario estructurado compuesto por cuatro preguntas descriptivas y 37 ítems asociados a los indicadores teóricos. Cada ítem fue evaluado mediante una escala tipo Likert de 5 puntos (1 = totalmente en desacuerdo, 5 = totalmente de acuerdo). Previamente a su aplicación, el cuestionario fue sometido a un proceso de validación por parte de expertos en el área, con el propósito de asegurar su validez de contenido y la claridad en la redacción de los ítems.

Figura 1
Modelo Teórico



Elaborado por: Autores

Nota: En la figura 1 se presenta el modelo teórico con las variables.

La muestra fue seleccionada mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, empleando la técnica de bola de nieve. El cuestionario fue dirigido a individuos pertenecientes a la Generación Z, solicitando a cada participante que reenviara la encuesta a sus contactos. La encuesta fue realizada utilizando el formulario en Google Forms, distribuido a través de chat personal. Se obtuvieron 393 respuestas, de las cuales se depuraron 24 por presentar inconsistencias, quedando un total de 369 respuestas válidas para el análisis.

Para el análisis de los datos se utilizó la técnica de ecuaciones estructurales (SEM), basada en la varianza, con el fin de examinar las relaciones entre las variables del estudio. El software empleado para el análisis fue SmartPLS.

IV. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Análisis de Modelo de Medición

El análisis del modelo de medición se estructuró en tres aspectos clave: la fiabilidad interna, la validez convergente y la validez discriminante.

La fiabilidad interna evalúa qué tan estrechamente relacionados están los indicadores que conforman cada variable. Para esta medición se utilizan índices como el coeficiente α de Cronbach (1951), la ρ_A de Dijkstra-Henseler (2015) y la ρ_C de Jöreskog (1971). Los valores aceptables para estos tres índices se encuentran en un rango de 0.70 a 0.95 (Guanaquiza-Leiva et al., 2022; Hair et al., 2021).

La validez convergente es un criterio que permite verificar si existe una relación significativa entre un indicador y el constructo al que pertenece

(Bornmann & Tekles, 2021). Para evaluarla, se emplean dos índices principales: las cargas externas indican la intensidad de la relación entre cada indicador y su constructo, siendo aceptables aquellos valores superiores a 0.708. Por su parte, el AVE representa la proporción de varianza explicada por el constructo en relación con sus indicadores, considerándose adecuado cuando supera el valor de 0.50 (Hooper et al., 2008).

Los resultados obtenidos, que se presentan en la tabla 1, muestran que los indicadores cumplen con estos criterios.

La validez discriminante garantiza que los constructos de un modelo de medición estén

claramente diferenciados entre sí y no presenten correlaciones excesivas. Para evaluarla, se utiliza la matriz de Fornell-Larcker, en la cual los valores ubicados en la diagonal, que corresponden a la raíz cuadrada de la varianza media extraída (AVE) de cada constructo, deben ser mayores que las correlaciones que aparecen en las filas y columnas correspondientes a los demás constructos (Gao, 2024).

Los resultados obtenidos en la Tabla 2 confirman que todos los constructos cumplen con el criterio de validez discriminante, sin evidenciar problemas de interferencias entre ellos.

Tabla 1
Fiabilidad y AVE

	Dijkstra-Henseler's rho (ρ_A)	Jöreskog's rho (ρ_C)	Cronbach's alpha(α)	Average variance extracted (AVE)
REB	0.8854	0.9096	0.8809	0.6268
RLG	0.8125	0.8750	0.8100	0.6363
RD	0.8907	0.9040	0.8746	0.6110
SPR	0.7758	0.8684	0.7731	0.6875
LS	0.8510	0.9086	0.8489	0.7682
SB	0.7396	0.8354	0.7383	0.5600
RP	0.7051	0.8188	0.6739	0.6025

Elaborado por: Autores

Tabla 2
Fiabilidad y AVE

	REB	RLG	RD	RSPR	LS	SB	RP
REB	0.6268						
RLG	0.2620	0.6363					
RD	0.0797	0.5626	0.6110				
SPR	0.2286	0.4339	0.3877	0.6875			
LS	0.5144	0.3235	0.1928	0.2194	0.7682		
SB	0.2308	0.3153	0.2826	0.2087	0.3531	0.5600	
RP	0.4080	0.2462	0.2272	0.2968	0.3278	0.1681	0.6025

Elaborado por: Autores

Análisis Estructural

En esta segunda etapa el análisis estructural se enfoca en tres aspectos principales: la correlación entre indicadores, prueba de hipótesis y el tamaño del efecto del modelo.

El VIF es una métrica utilizada para evaluar la colinealidad entre indicadores en un modelo. La colinealidad ocurre cuando dos o más indicadores presentan una alta correlación, lo que puede aumentar el error estándar de sus ponderaciones y generar errores de tipo II. Valores altos de VIF indican un mayor nivel de colinealidad; cuando estos superan el valor de 5, se considera que existe un problema, ya que pueden incluso provocar cambios de signo en las ponderaciones, dificultando la interpretación del modelo (Hair et al., 2021).

Los resultados obtenidos en la tabla 3 muestran que todos los valores están por debajo de 5, lo

que indica que no hay problemas de colinealidad entre los indicadores. En este sentido, los indicadores presentan correlaciones aceptables entre sí, lo que permite una estimación confiable de las cargas factoriales sin riesgo de distorsión en los resultados.

La prueba de hipótesis tiene como propósito determinar si las relaciones planteadas entre las variables del modelo son estadísticamente significativas. Para ello, se aplica la técnica paramétrica de bootstrapping (Streukens & Leroi-Werelds, 2016), la cual permite obtener el valor-p asociado a cada hipótesis. Este valor indica la probabilidad de cometer un error tipo I al aceptar una hipótesis. Dado que el nivel de significancia establecido en este estudio es del 5%, se considera que una hipótesis es significativa cuando su valor-p es menor a 0.05.

Tabla 3
Factor de Inflación de la Varianza (VIF)

	REB	RLG	RD	SPR	LS	SB	RP
R1							1.3541
R3							1.2513
R4		1.7147					
R5			2.1650				
R6		1.6548					
R7			1.8631				
R8			1.8055				
R10			1.7417				
R11			2.2061				
R13		1.6425					
R15	2.3761						
R16	2.2084						
R17			1.9386				
R18	2.3488						
R19							1.3501

Elaborado por: Autores

Tabla 3 (continuación)

R20	2.1664						
R21	1.9450						
R22	1.9714						
R24		1.7092					
SPR1			1.6037				
SPR2			1.6983				
SPR3			1.5017				
LS1				2.2380			
LS2				2.2228			
LS3				1.8528			
SB1					1.4389		
SB2					1.7099		
SB3					1.2053		
SB5					1.5051		

Elaborado por: Autores

Los resultados presentados en la tabla 4 muestran que las relaciones SPR → LS y RP → LS no resultan estadísticamente significativas, ya que sus valores p superan el umbral de 0.05. Por lo tanto, las hipótesis correspondientes deben ser rechazadas.

Se evalúa mediante el tamaño del efecto f^2 , propuesto por Cohen (1988), que permite medir el impacto de un predictor sobre un constructo endógeno en modelos estructurales, se utiliza específicamente para determinar la relevancia del efecto de interacción sobre la variable dependiente, calculando el cambio en

el coeficiente de determinación R^2 al incluir o excluir dicho término de interacción del modelo. Aunque Cohen propuso valores de 0.02, 0.15 y 0.35 como efectos pequeños, mediano y grandes (Hair et al., 2021).

Los resultados obtenidos en la Tabla 5 indican que REB y LS tienen un impacto fuerte y significativo, con tamaños de efecto grandes que destacan su relevancia en el modelo. En cambio, RLG y RD presentan efectos más modestos, con tamaños de efecto pequeños, lo que indica una influencia limitada sobre la satisfacción con la vida. Por su parte, la dimensión

Tabla 4
Bootstrapping

	Original coefficient	Mean value	Standard error	t-value	p-value (2-sided)
REB → LS	0.5580	0.5554	0.0553	10.0953	0.0000
RLG → LS	0.1539	0.1524	0.0735	2.0944	0.0365
RD → LS	0.1488	0.1486	0.0650	2.2907	0.0222
SPR → LS	-0.0426	-0.0404	0.0607	-0.7020	0.4829
LS → SB	0.5942	0.5963	0.0361	16.4587	0.0000
RP → LS	0.0921	0.0957	0.0529	1.7398	0.0822

Elaborado por: Autores

Tabla 5
f² de Cohen's

	Beta	Indirect effects	Total effect	Cohen's f2
REB -> LS	0.5580		0.5580	0.3577
REB -> SB		0.3316	0.3316	
RLG -> LS	0.1539		0.1539	0.0182
RLG -> SB		0.0914	0.0914	
RD -> LS	0.1488		0.1488	0.0190
RD -> SB		0.0884	0.0884	
SPR -> LS	-0.0426		-0.0426	0.0021
SPR -> SB		-0.0253	-0.0253	
LS -> SB	0.5942		0.5942	0.5459
RP -> LS	0.0921		0.0921	0.0098
RP -> SB		0.0547	0.0547	

Elaborado por: Autores

RP, presenta tamaños de efecto muy bajos, lo que sugiere que su contribución en el modelo es mínima o poco significativa, por lo tanto, no representa un predictor relevante. Finalmente, SPR muestra efectos negativos y extremadamente bajos, lo que indica que no tiene un impacto importante dentro del modelo analizado.

V. DISCUSIÓN

El presente estudio tuvo como propósito analizar cómo las dimensiones de la religiosidad influyen en la satisfacción con la vida y cómo esta, a su vez, impacta en los comportamientos sostenibles. Para ello, se utilizó un modelo estructural SEM-PLS para la validación de las hipótesis. A continuación, se discuten los resultados con base en las tres preguntas de investigación que se encuentran planteadas en la introducción:

P1. ¿De qué forma influyen las distintas dimensiones de la religiosidad en la satisfacción con la vida de los Generación Z?

Los resultados muestran que tres dimensiones de la religiosidad influyen significativamente en la satisfacción con la vida: la religiosidad devocional (H2), la religiosidad ético conductual (H4) y la religiosidad como guía de vida (H5).

En primer lugar, la religiosidad devocional evidenció un efecto positivo y significativo sobre la satisfacción con la vida, confirmando lo señalado por Fauzi (2022), quien sostiene que la participación activa en prácticas religiosas contribuye al desarrollo de una vida más plena y satisfecha. Además, Sholihin et al. (2022) encontraron que la religiosidad influye positivamente en la satisfacción con la vida al moldear las percepciones mediante creencias teológicas, rituales y participación comunitaria.

En segundo lugar, la religiosidad ético-conductual fue la dimensión con mayor impacto sobre

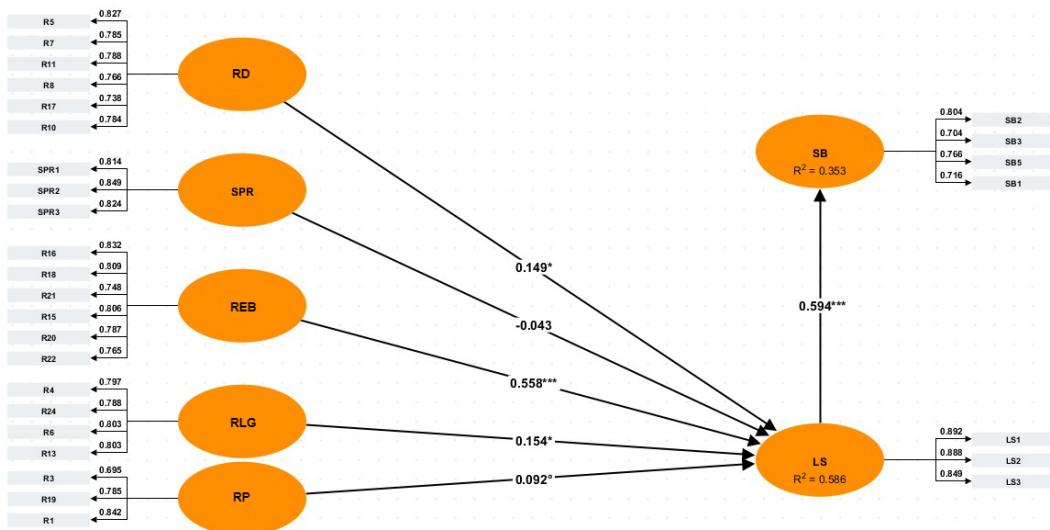
la satisfacción con la vida. Lo que coincide con los hallazgos de Villani et al. (2025) destacan que los jóvenes que viven de acuerdo con valores éticos derivados de la religión reportan mayores niveles de bienestar subjetivo. A esto se suma el aporte de Li & Liu (2023), quienes señalan que las personas que adhieren a principios religiosos en su conducta cotidiana reportan mayores niveles de bienestar y sentido de vida.

En tercer lugar, la religiosidad como guía de vida también presentó una relación significativa con la satisfacción con la vida. Este resultado concuerda con Villani et al. (2019), quienes sostienen que las personas con un alto nivel de compromiso religioso tienden a sentirse más satisfechas con su vida, ya que dicho compromiso les aporta bienestar y una visión más positiva de su existencia. Asimismo Saintila et al. (2024) encontraron que los

jóvenes que viven su fe con convicción y la integran en su vida diaria reportan mayores niveles de bienestar personal.

En contraste, la espiritualidad (H3) no presentó un efecto significativo, lo que resulta llamativo considerando que investigaciones previas (Jadidi et al., 2022; Kasapoğlu, 2022; Shabani et al., 2023) han identificado una relación positiva entre espiritualidad y satisfacción con la vida. Una interpretación posible es que, en este contexto, la espiritualidad no se manifiesta como un elemento autónomo con peso propio, sino que su influencia está disuelta o “absorbida” dentro de otras dimensiones más concretas, como la ético-conductual o guía de vida. Es decir, más que una conexión abstracta con lo trascendente, lo que parece tener mayor impacto en esta generación es cómo se traduce esa espiritualidad en el actuar cotidiano. Así, la

Figura 2
Modelo del análisis estructural con resultados



Elabrado por: Autores

Nota: En la figura 2 se presenta el modelo con los resultados del análisis estructural.

religiosidad ético-conductual recoge con más fuerza esos valores de compasión, armonía y respeto por la vida que normalmente se atribuyen a la espiritualidad.

Algo similar ocurre con la religiosidad prosocial (H6), que tampoco mostró una relación significativa con la satisfacción con la vida, a pesar de que Zahoor et al. (2021) destacaron que la preocupación por el bienestar de los demás, impulsada por creencias religiosas, suele asociarse con niveles más altos de bienestar. Una posible explicación de este resultado es que, en el caso de la Generación Z, las conductas prosociales motivadas por la religiosidad podrían no ser vividas como experiencias personales gratificantes, sino como deberes impuestos o compromisos sociales que deben cumplirse. En este sentido, Shaikh et al. (2022) advierten que el impacto de la religiosidad en la satisfacción con la vida depende de cómo esta sea interiorizada por los individuos. Si las acciones se perciben como exigencias externas y no como decisiones libres y significativas, su capacidad para generar bienestar disminuye.

P2. ¿Cómo se relaciona la satisfacción con la vida con la adopción de comportamientos sostenibles en esta población?

La hipótesis H1 fue aceptada, ya que la relación entre satisfacción con la vida y comportamientos sostenibles fue positiva y altamente significativa. Este hallazgo confirma lo expuesto por Sameer et al. (2021), quienes sostienen que las personas más satisfechas con su vida tienden a involucrarse en conductas responsables con el ambiente. De manera similar, Mammadli & Gigliarano (2024) respaldan esta relación al señalar que prácticas como el reciclaje, el consumo ecológico o el uso de energía verde están fuertemente asociadas al bienestar subjetivo.

Además de la relación directa, se identificaron efectos indirectos importantes: tres dimensiones de la religiosidad (devocional, ético-conductual y guía de vida) influenciaron de manera indirecta el comportamiento sostenible, a través de su impacto sobre la satisfacción con la vida. Como se observa en la tabla siguiente, estas rutas presentan coeficientes positivos:

Tabla 6
Bootstrapping – Indirect Effects

Effects	p-value (2-sided)
REB -> SB	0,0000
RLG -> SB	0,0403
RD -> SB	0,0278
SPR -> SB	0,4871
RP -> SB	0,0870

Elaborado por: Autores

Esto significa que estar satisfecho con la vida no solo se asocia con un mayor compromiso ambiental, sino que esta satisfacción está fundamentada en aspectos religiosos específicos. En consecuencia, las personas cuyas creencias y prácticas están orientadas por valores religiosos tienden a construir una vida con propósito, lo que a su vez favorece comportamientos sostenibles. Así, la religiosidad no impacta directamente el comportamiento sostenible, pero actúa como causa indirecta a través de la satisfacción con la vida.

P3. ¿Cuál es la capacidad predictiva del modelo propuesto en la explicación del comportamiento sostenible, a partir de las dimensiones de la religiosidad y la satisfacción con la vida, utilizando SEM-PLS?

Desde el punto de vista de la capacidad predictiva, el modelo presenta distintos niveles de capacidad explicativa para cada variable. La satisfacción con la vida (LS) obtuvo un coeficiente de determinación R^2 de 0.5858, lo que indica que las cinco dimensiones de la religiosidad explican el 58.58% de la varianza en la satisfacción con la vida. Este valor representa una capacidad predictiva fuerte y refuerza la importancia de las creencias religiosas como factores estructurales en la construcción del bienestar subjetivo.

Por otro lado, los comportamientos sostenibles (SB) presentan un R^2 de 0.3531, lo que corresponde a una capacidad predictiva moderada. Esto sugiere que, aunque la satisfacción con la vida tiene una influencia directa y significativa sobre el comportamiento sostenible, existen otros factores externos o contextuales que también pueden intervenir en la explicación de estas conductas,

tales como la educación ambiental, la presión normativa, las condiciones sociales o la política.

Adicionalmente, el análisis del tamaño del efecto (f^2) permitió observar la magnitud del aporte individual de cada dimensión; estos valores indican que la religiosidad ético-conductual ($f^2 = 0.3577$) es la dimensión con mayor influencia en la satisfacción con la vida, seguida de la religiosidad devocional ($f^2 = 0.0190$) y la religiosidad como guía de vida ($f^2 = 0.0182$), ambas con efectos pequeños pero relevantes. En contraste, la religiosidad prosocial ($f^2 = 0.0098$) presenta un tamaño de efecto muy bajo, lo que sugiere que su contribución es mínima o poco significativa en este contexto. Finalmente, la espiritualidad muestra un efecto prácticamente nulo ($f^2 = 0.0021$), confirmando su baja incidencia dentro del modelo propuesto.

VI. CONCLUSIÓN

El presente estudio demostró que tres dimensiones de la religiosidad —devocional, ético-conductual y guía de vida— influyen significativamente en la satisfacción con la vida, mientras que la espiritualidad y la religiosidad prosocial no presentaron efectos relevantes en este contexto. Asimismo, se confirmó que la satisfacción con la vida es un factor determinante en la adopción de comportamientos sostenibles y actúa como variable mediadora entre las dimensiones de la religiosidad y dichas prácticas. Estos hallazgos evidencian que, para los jóvenes de la Generación Z en Ecuador, vivir de acuerdo con valores y principios religiosos interiorizados contribuye al bienestar personal y fomenta estilos de vida más responsables con el medio ambiente.

Estos resultados también pueden comprenderse considerando el contexto cultural. En muchas sociedades latinoamericanas, donde predomina una visión colectiva de la vida, se espera que la religiosidad fortalezca los lazos sociales y fomente el bienestar común. No obstante, el aumento del individualismo entre las nuevas generaciones podría estar cambiando la forma en que se viven y valoran aspectos como la religiosidad prosocial. Asimismo, es importante tener en cuenta la relación entre religiosidad y política, especialmente en entornos donde los discursos religiosos se utilizan para impulsar posturas conservadoras o reforzar identidades culturales, lo cual puede influir, de forma indirecta, en la satisfacción con la vida y en las actitudes hacia el medio ambiente.

Implicaciones Teóricas y Prácticas

Desde una perspectiva teórica, este estudio ayuda a entender mejor cómo se relacionan variables que antes se veían por separado — como la religiosidad, la satisfacción con la vida y los comportamientos sostenibles — y cómo pueden integrarse en un modelo explicativo coherente. En particular, refuerza la importancia de abordar la religiosidad desde un enfoque multidimensional, reconociendo que no todas sus expresiones tienen el mismo impacto en el bienestar subjetivo.

En cuanto a la parte práctica, estos resultados pueden ser muy útiles para empresas y profesionales del marketing que quieran conectar con jóvenes creyentes de manera ética, emocional y comprometida con la sostenibilidad. Las marcas que tomen en cuenta los valores éticos y espirituales que forman

parte del bienestar de estos jóvenes podrán crear estrategias más efectivas y auténticas.

Limitaciones y Futuras Investigaciones

La limitación de este estudio se encuentra en el enfoque transversal, que impide establecer relaciones de causalidad con certeza, así como el uso de una muestra no probabilística, que limita la generalización de los hallazgos.

Para investigaciones futuras, se sugiere incorporar nuevas variables que permitan comparar los efectos de la religiosidad con otros factores relevantes, como el compromiso político, la participación en la comunidad o el activismo ambiental. Esto ayudaría a saber si la religiosidad es un factor único o parte de un conjunto más amplio que impulsa la sostenibilidad.

También sería valioso hacer un análisis que compare diferentes generaciones, como la Generación Z y la Generación X, para ver si hay diferencias importantes en cómo la religiosidad, la satisfacción con la vida y los comportamientos sostenibles se relacionan entre sí. Esto ayudaría a entender mejor los cambios culturales y generacionales que están transformando el papel que la religión juega en la vida diaria y en la preocupación por el medio ambiente.

Anexo 1
Escalas y medidas

Constructo	Indicador	Fuente
R- Religiosidad	R1- Estoy dispuesto (a) a ayudar a personas mayores, menos favorecidas o discapacitadas cuando lo necesiten.	(Abd Rahman et al., 2015; Azimi et al., 2012; de Jager Meezenbroek et al., 2012; Moberg, 2002)
	R2- Siempre expongo mis buenas obras a los demás.	
	R3- Hago un esfuerzo continuo por aumentar mis buenas obras y donaciones.	
	R4- Evito acciones, actitudes u opiniones que vayan en contra de mis principios religiosos.	
	R5- Sigo mis normas religiosas en todas las actividades en las que participo.	
	R6- Me esfuerzo por actuar de manera honesta y correcta según los principios de mi religión.	
	R7- Me dirijo a mi Libro Sagrado en busca de paz.	
	R8- Me esfuerzo por cumplir con las prácticas y deberes importantes de mi religión, como los sacramentos, actos de formación, etc.	
	R9- Estoy involucrado (a) en el trabajo religioso de mi comunidad.	
	R10- Me esfuerzo por profundizar mi comprensión de las leyes, normas, enseñanzas y preceptos de mi religión.	
	R11- Hago referencia a las enseñanzas de mi Libro Sagrado en mis conversaciones e invito a otros a seguir las enseñanzas.	
	R12- Intento establecer buenas relaciones con los demás.	
	R13- Busco la ayuda de Dios, antes que la ayuda de los demás, cuando me enfrento a una dificultad.	
	R14- Cumplio todas mis promesas.	
	R15- Siempre agradezco a las personas cuando hacen algo bueno o agradable por mí.	
	R16- Trato a mis padres con respeto y sigo su ejemplo, incluso si estoy enojado (a) con ellos.	
	R17- Me aseguro de que todos los miembros de mi familia sigan las enseñanzas de mi religión.	
	R18- Me disculpo inmediatamente si me equivoco.	
	R19- Perdonó fácilmente a las personas cuando me lastiman.	

Elaborado por: Autores

Anexo 1 (continuación)

	R20- Reconozco que nadie es perfecto. R21- Evito ofender a los demás de cualquier manera R22. Hago lo mejor que puedo cuando me asignan un trabajo. R23- Reflexiono frecuentemente sobre la muerte y lo que hay más allá de esta vida. R24- Mi religión es importante para mí porque responde a muchas preguntas sobre el significado de la vida. R25- Mis creencias religiosas influyen en la forma en que veo y vivo mi vida. R26- Mis creencias religiosas influyen en todos los aspectos de mi vida.	
SPR- Espiritualidad	SPR1- Siento la presencia de un poder superior en mi vida. SPR2- Experimento una conexión con un poder superior en todos los aspectos de mi vida. SPR3- Nunca me he sentido solo (a) porque siempre estoy bajo la vigilancia de un poder superior en mi vida.	(Hill et al., 2000; Stillman et al., 2012; Worthington & Aten, 2009)
LS- Satisfacción con la Vida	LS1- Estoy satisfecho (a) con mi vida en general. LS2- En general, estoy satisfecho (a) con mi nivel de vida. LS3- En general puedo decir que tengo una buena vida.	(Mai & Tambayah, 2011)
SB- Comportamientos Sostenibles	SB1- Mis decisiones de compra reflejan mi preocupación por el medio ambiente. SB2- Busco aprender más sobre los problemas ambientales y el cambio climático o el calentamiento global. SB3- Si tengo la posibilidad, separo los desechos de plástico, papel y latas. SB4- Dono dinero a organizaciones que trabajan por el medio ambiente. SB5- Tengo hábitos de consumo ecológicos/verdes/sostenibles/amigables con el medio ambiente.	(Feygina et al., 2010)

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abd Rahman, A., Asrarhaghghi, E., & Ab Rahman, S. (2015). *Consumers and halal cosmetic products: Knowledge, religiosity, attitude and intention*. Journal of Islamic Marketing, 6(1). <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2013-0068>
- Afnan, E. (2021). *Devotional Life*. In The World of the Bahá'í Faith. <https://doi.org/10.4324/9780429027772-45>
- Aslam, W., Razzaque, O., Arif, I., & Farhat, K. (2022). *Impact of spirituality, religiosity, knowledge and attitude on green purchase intention in Pakistan*. International Journal of Green Economics, 16(4). <https://doi.org/10.1504/IJGE.2022.10053420>
- Azimi, A. L., Vaziri, Sh., & Kashani, F. L. (2012). *Relationship between Maternal Parenting Style and Child's Aggressive Behavior*. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 69. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.12.062>
- Bornmann, L., & Tekles, A. (2021). *Convergent validity of several indicators measuring disruptiveness with milestone assignments to physics papers by experts*. Journal of Informetrics, 15(3). <https://doi.org/10.1016/j.joi.2021.101159>
- Chou, C. Y., Leo, W. W. C., Tsarenko, Y., & Chen, T. (2023). *When feeling good counts! Impact of consumer gratitude and life satisfaction in access-based services*. European Journal of Marketing, 57(2). <https://doi.org/10.1108/EJM-08-2021-0655>
- Christie, L., & Venter De Villiers, M. (2023). *The role of social marketing in promoting quality of life through the lens of sustainable consumption*. Journal of Social Marketing, 13(3). <https://doi.org/10.1108/JSOCM-04-2022-0089>
- Çiçek, Ş., & Ayten, A. (2023). *Religiosity, Economic Status, Environmental Concern, and Perceived Behavioral Effectiveness as Predictors of Buying Environmentally Friendly Products: A Quantitative Study of Turkish Muslims*. Ilahiyat Studies, 14(2). <https://doi.org/10.12730/IS.1259113>
- Corral Verdugo, V. (2012). *The positive psychology of sustainability*. Environment, Development and Sustainability, 14(5). <https://doi.org/10.1007/s10668-012-9346-8>
- de Jager Meezenbroek, E., Garssen, B., van den Berg, M., van Dierendonck, D., Visser, A., & Schaufeli, W. B. (2012). *Measuring Spirituality as a Universal Human Experience: A Review of Spirituality Questionnaires*. In Journal of Religion and Health (Vol. 51, Issue 2). <https://doi.org/10.1007/s10943-010-9376-1>
- Dinh, H. P., Van Nguyen, P., Trinh, T. V. A., & Nguyen, M. H. (2022). *Roles of religiosity in enhancing life satisfaction, ethical judgements and consumer loyalty*. Cogent Business and Management, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.2010482>

Dragolea, L. L., Butnaru, G. I., Kot, S., Zamfir, C. G., Nuță, A. C., Nuță, F. M., Cristea, D. S., & Ștefănică, M. (2023). *Determining factors in shaping the sustainable behavior of the generation Z consumer*. Frontiers in Environmental Science, 11. <https://doi.org/10.3389/fenvs.2023.1096183>

Engemann, W. (2023). *Lebensdienlichkeit als Basiskategorie des interreligiösen Dialogs*. In Interreligiöser Dialog (pp. 17–24). Brill | Schöningh. https://doi.org/10.30965/9783657790241_004

Fauzi, K. N. (2022). *The Role of Religious Aspects on Life Satisfaction: Case Study of Muslims in Indonesia*. Journal of Economics Research and Social Sciences, 6(2). <https://doi.org/10.18196/jerss.v6i2.15325>

Feygina, I., Jost, J. T., & Goldsmith, R. E. (2010). *System justification, the denial of global warming, and the possibility of “system-sanctioned change.”* Personality and Social Psychology Bulletin, 36(3). <https://doi.org/10.1177/0146167209351435>

Gao, J. (2024). R-Squared (R²) – How much variation is explained? . Research Methods in Medicine & Health Sciences, 5(4). <https://doi.org/10.1177/26320843231186398>

Guanaquiza-Leiva, M., Espinoza-Saraguro, D., & Bonisoli, L. (2022). *Análisis de los factores ambientales en la decisión de compra de los productos orgánicos en el consumidor ecuatoriano*. 593 Digital Publisher CEIT, 7(2). <https://doi.org/10.33386/593dp.2022.2.1026>

Hair, J. F., Hult, T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray Soumya. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Springer Cham. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>

Hassan, S. M., Rahman, Z., & Islam, J. U. (2023). *A conceptual debate on why religious consumers engage in ethical/unethical behavior*. In Religion and Consumer Behaviour. <https://doi.org/10.4324/9781003288558-11>

Hill, P. C., Pargament, K. I., Hood, R. W., McCullough, M. E., Swyers, J. P., Larson, D. B., & Zinnbauer, B. J. (2000). *Conceptualizing religion and spirituality: Points of commonality, points of departure*. Journal for the Theory of Social Behaviour, 30(1). <https://doi.org/10.1111/1468-5914.00119>

Hooper, D., Coughlan, J., & Mullen, M. R. (2008). *Structural equation modelling: Guidelines for determining model fit*. Electronic Journal of Business Research Methods, 6(1).

Ibáñez-Rueda, N., Guillén-Royo, M., & Guardiola, J. (2020). *Pro-environmental behavior, connectedness to nature, and wellbeing dimensions among granada students*. Sustainability (Switzerland), 12(21). <https://doi.org/10.3390/su12219171>

Islam, T., & Chandrasekaran, U. (2020). *Religiosity and consumer decision making styles of young Indian Muslim consumers*. Journal of Global Scholars of Marketing Science: Bridging Asia and the World, 30(2). <https://doi.org/10.1080/21639159.2019.1679031>

Jadidi, A., Khatiban, M., Oshvandi, K., Khodaveisi, M., Maghsoudi, Z., & Razavi, M. (2022). *Transcendence, the Most Important Spiritual Need of Muslim Older Adults: A Content Analysis Study*. Journal of Religion and Health, 61(2). <https://doi.org/10.1007/s10943-021-01474-5>

Karimi, S., Liobikienė, G., & Alitavakoli, F. (2022). *The Effect of Religiosity on Pro-environmental Behavior Based on the Theory of Planned Behavior: A Cross-Sectional Study Among Iranian Rural Female Facilitators*. Frontiers in Psychology, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.745019>

Kasapoğlu, F. (2022). *The Relationship Among Spirituality, Self-Efficacy, COVID-19 Anxiety, and Hopelessness During the COVID-19 Process in Turkey: A Path Analysis*. Journal of Religion and Health, 61(1). <https://doi.org/10.1007/s10943-021-01472-7>

Li, A. Y. C., & Liu, J. K. K. (2023). *Effects of intrinsic and extrinsic religiosity on well-being through meaning in life and its gender difference among adolescents in Hong Kong: A mediation study*. Current Psychology, 42(9). <https://doi.org/10.1007/s12144-021-02006-w>

Mai, N. T. T., & Tambyah, S. K. (2011). *Antecedents and Consequences of Status Consumption Among Urban Vietnamese Consumers*. Organizations and Markets in Emerging Economies, 2(1). <https://doi.org/10.15388/omee.2011.2.1.14291>

Mammadli, R., & Gigliarano, C. (2024). *Does pro-environmental consumption contribute to subjective well-being? Empirical evidence from Italy*. Socio-Economic Planning Sciences, 95. <https://doi.org/10.1016/j.seps.2024.101969>

Moberg, D. O. (2002). *Assessing and measuring spirituality: Confronting dilemmas of universal and particular evaluative criteria*. In Journal of Adult Development (Vol. 9, Issue 1). <https://doi.org/10.1023/A:1013877201375>

Mohammad, J., Sadom, N. Z. M., & Quoquab, F. (2024). *Shop green, feel good: How sustainable fashion boosts gen Z's wellbeing?* Environment, Development and Sustainability. <https://doi.org/10.1007/s10668-024-05450-3>

Muñoz-García, A., & Villena-Martínez, M. D. (2020). *Sustainable behavior among spanish university students in terms of dimensions of religion and spirituality*. Sustainability (Switzerland), 12(2). <https://doi.org/10.3390/su12020470>

Navarro, O., Tapia-Fonllem, C., Fraijo-Sing, B., Roussiau, N., Ortiz-Valdez, A., Guillard, M., Wittenberg, I., & Fleury-Bahi, G. (2020). *Connectedness to nature and its relationship with spirituality, wellbeing and sustainable behaviour*. Psyecology, 11(1). <https://doi.org/10.1080/21711976.2019.1643662>

Palmieri, N., & Forleo, M. B. (2021). *An Explorative Study of Key Factors Driving Italian Consumers' Willingness to Eat Edible Seaweed*. Journal of International Food and Agribusiness Marketing. <https://doi.org/10.1080/08974438.2021.1904082>

Pandowo, M. H. C., Tewal, B., Lengkong, V. P. K., & Wenas, R. S. (2021). *Sustainable Behaviour In Higher Education: Antecedents And Consequences*. Journal of Sustainability Science and Management, 16(7). <https://doi.org/10.46754/jssm.2021.10.007>

Perono, I., Ilagan, J. C., Dotong, E., & Areola, E. M. (2022). *The Relationship of Sustainable Buying Behavior Dimensions Among the Gen Z: Modeling the Impact of Psychological Factors*. Journal of Sustainable Community Development, 4(1). <https://doi.org/10.32924/jscd.v4i1.66>

Pinho, M., & Gomes, S. (2023). *What Role Does Sustainable Behavior and Environmental Awareness from Civil Society Play in the Planet's Sustainable Transition*. Resources, 12(3). <https://doi.org/10.3390/resources12030042>

Piscitelli, A., & D'Uggento, A. M. (2022). *Do young people really engage in sustainable behaviors in their lifestyles?* Social Indicators Research, 163(3). <https://doi.org/10.1007/s11205-022-02955-0>

Saintila, J., Javier-Aliaga, D., Valle-Chafloque, A., Casas-Gálvez, C., Barreto-Espinoza, L. A., & Calizaya-Milla, Y. E. (2024). *Sociodemographic aspects, beliefs about lifestyles, and religiosity as predictors of life satisfaction in Peruvian university students: a cross-sectional study*. Frontiers in Public Health, 12. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2024.1476544>

Sameer, Y. M., Elmassah, S., Mertzanis, C., & El-Maghraby, L. (2021). *Are Happier Nations More Responsible? Examining the Link Between Happiness and Sustainability*. Social Indicators Research, 158(1). <https://doi.org/10.1007/s11205-021-02698-4>

Shabani, M., Taheri-Kharameh, Z., Saghafipour, A., Ahmari-Tehran, H., Yoosefee, S., & Amini-Tehrani, M. (2023). *Resilience and spirituality mediate anxiety and life satisfaction in chronically ill older adults*. BMC Psychology, 11(1). <https://doi.org/10.1186/s40359-023-01279-z>

Shaikh, T., Putranta, M., & Ellyawati, J. (2022). *The Effect Of Religiosity On Life Satisfaction With Altruism As A Mediating Variable*. Proceeding of The International Conference on Business and Economics, 1(1). <https://doi.org/10.56444/icbeuntagsmg.v1i1.285>

Sharma, K. (2024). *Sustainable Behaviour: Endorsing Happiness*. In Bridging Health, Environment, and Legalities: A Holistic Approach (pp. 205–216). <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-1178-3.ch010>

Sholihin, M., Hardivizon, H., Wanto, D., & Saputra, H. (2022). *The effect of religiosity on life satisfaction: A meta-analysis*. HTS Teologiese Studies / Theological Studies, 78(4). <https://doi.org/10.4102/hts.v78i4.7172>

Stillman, T. F., Fincham, F. D., Vohs, K. D., Lambert, N. M., & Phillips, C. A. (2012). *The material and immaterial in conflict: Spirituality reduces conspicuous consumption*. Journal of Economic Psychology, 33(1). <https://doi.org/10.1016/j.jeop.2011.08.012>

Streukens, S., & Leroi-Werelds, S. (2016). *Bootstrapping and PLS-SEM: A step-by-step guide to get more out of your bootstrap results*. European Management Journal, 34(6). <https://doi.org/10.1016/j.emj.2016.06.003>

Toker, B. (2012). *Life Satisfaction Among Academicians: An Empirical Study on the Universities of Turkey*. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 47. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.06.637>

Tsang, J. A., Al-Kire, R. L., & Ratchford, J. L. (2021). *Prosociality and religion*. Current Opinion in Psychology, 40. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.08.025>

Vieten, C., & Lukoff, D. (2021). *Spiritual and Religious Competencies in Psychology*. American Psychologist, 77(1). <https://doi.org/10.1037/amp0000821>

Villani, D., Eissa, S., Zambelli, M., & Di Natale, A. F. (2025). *Religiously Grounded Character and Its Association with Subjective Well-Being in Emerging Adults: A Latent Profile Analysis*. Religions, 16(2). <https://doi.org/10.3390/rel16020106>

Villani, D., Sorgente, A., Iannello, P., & Antonietti, A. (2019). *The role of spirituality and religiosity in subjective well-being of individuals with different religious status*. Frontiers in Psychology, 10(JULY). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01525>

Wang, E., & Kang, N. (2019). *Does life satisfaction matter for pro-environmental behavior? Empirical evidence from China General Social Survey*. Quality and Quantity, 53(1). <https://doi.org/10.1007/s11135-018-0763-0>

Worthington, E. L., & Aten, J. D. (2009). *Psychotherapy with religious and spiritual clients: An introduction*. In Journal of Clinical Psychology (Vol. 65, Issue 2). <https://doi.org/10.1002/jclp.20561>

Zahoor, N., Khattak, A. Z., Amjad, M., Shaukat, S., Khanum, U., & Raziq, U. (2021). *Relationship between Religiosity and Life Satisfaction in Undergraduate Students at Kohat University of Science & Technology KPK Pakistan*. Journal of Professional & Applied Psychology, 2(1). <https://doi.org/10.52053/jpap.v2i1.32>

Zhuang, W., Luo, X., & Riaz, M. U. (2021). *On the Factors Influencing Green Purchase Intention: A Meta-Analysis Approach*. Frontiers in Psychology, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.644020>