

LAMPIRAN

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

Pernyataan ini berguna dalam rangka penelitian skripsi yang berjudul :
**PENGARUH *GREEN MARKETING* TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN THE BODY SHOP**

Petunjuk pengisian daftar pernyataan :

1. Bacalah dengan teliti dan pahami terlebih dahulu pernyataan yang diajukan serta pilihlah satu jawaban yang paling sesuai
2. Jawablah masing-masing pernyataan dengan jujur sesuai dengan Anda rasakan dan wajib mengisi semua pernyataan
3. Berilah tanda (√) pada kotak untuk masing-masing pernyataan dengan jujur sesuai dengan apa yang Anda rasakan. Berikut adalah alternatif jawabannya

Alternatif Jawaban	Kode	Skor
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Netral	N	3
Setuju	S	4
Sangat setuju	SS	5

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
3. Umur : 17 - 22 tahun 23 - 28 tahun 29-34 tahun
 35 - 40 tahun 41 - 46 tahun
4. Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa Karyawan swasta
 PNS IRT Wiraswasta
5. Pendapatan/bulan: Rp. 500.000 - 1.500.000 Rp 1.600.000 - 2.600.000
 Rp.2.700.000 - 3.700.000 > Rp. 4.000.000

A. GREEN MARKETING

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya menyukai produk The Body Shop karena Produk ramah lingkungan					
2	Saya bersedia membayar lebih mahal untuk produk ramah lingkungan					
3	Saya menyukai produk The Body Shop karena aman digunakan dalam jangka panjang					
4	Menurut saya pesan lingkungan dalam promosi The Body Shop mudah untuk dipahami					
5	Menurut saya outlet The Body Shop sangat Menarik					

B. MINAT BELI

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya mencari informasi tentang produk- produk The Body Shop					
2	Saya tertarik untuk membeli produk The Body Shop setelah saya mendapatkan informasi lebih lanjut mengenai produk					
3	Saya bersedia merekomendasikan produk The Body Shop kepada teman-teman saya					
4	Saya menyukai produk The Body Shop karena Kualitasnya					
5	Adanya citra go green pada produk membuat Saya tertarik untuk membeli					

Lampiran 2

KUESIONER PRASURVEY

Mohon kesediaan anda untuk mengisi kusioner pra survey berikut ini, dengan cara memberikan tanda (X) pada jawaban yang anda pilih.

Terimakasih.

1. Apakah anda mengetahui produk The Body Shop ?
 - a. Iya
 - b. Tidak
2. Apakah anda menggunakan produk The Body Shop ?
 - a. Iya
 - b. Tidak
3. Apakah anda mengetahui bahwa The Body Shop adalah produk ramah lingkungan?
 - a. Iya
 - b. Tidak
4. Apakah anda mengetahui bahwa The Body Shop memiliki harga yang premium?
 - a. Iya
 - b. Tidak
5. Apakah anda mengetahui bahwa distribusi The Body Shop ramah lingkungan?
 - a. Iya
 - b. Tidak
6. Apakah anda mengetahui bahwa promosi The Body Shop ramah lingkungan?
 - a. Iya
 - b. Tidak
7. Produk apa yang biasa anda beli dibody shop....
8. Dimana anda membeli produk the body shop tersebut?
 - a. Online, sebutkan
 - b. Offline, sebutkan
9. Dari mana anda mengetahui produk the body shop....

Lampiran 3**Hasil Jawaban Kuesioner Responden****1. Hasil Jawaban *green marketing* (X)**

No Responden	Butir Pernyataan					total x
	p1	p2	p3	p4	p5	
1	4	4	4	4	5	21
2	2	4	5	4	4	19
3	4	5	5	5	4	26
4	5	5	4	4	4	22
5	4	5	4	4	5	22
6	4	4	4	4	4	20
7	4	3	4	5	5	21
8	4	5	4	5	4	22
9	5	4	4	4	5	22
10	5	5	4	3	4	21
11	3	5	4	4	3	19
12	3	4	5	5	4	21
13	5	5	4	5	4	23
14	4	3	3	3	4	17
15	3	4	3	3	4	17
16	4	4	5	4	5	22
17	4	4	5	4	4	21
18	4	4	3	3	4	18
19	3	3	3	4	4	17
20	4	4	4	5	5	22
21	4	4	4	4	4	20
22	4	4	4	4	4	20
23	4	4	5	4	5	22
24	4	4	4	5	4	21
25	3	5	4	4	3	19
26	5	4	4	3	4	20
27	5	5	5	5	4	24
28	5	5	5	5	5	25
29	4	4	5	4	5	22
30	5	4	4	4	4	21
31	4	5	4	5	4	22
32	4	3	3	4	3	17
33	4	5	5	2	3	19

34	4	5	4	4	4	21
35	3	4	4	4	3	18
36	3	4	4	5	5	21
37	4	3	4	5	5	21
38	4	4	4	4	4	20
39	4	3	3	5	4	19
40	3	3	3	4	3	16
41	3	5	4	5	5	22
42	3	4	4	3	3	17
43	5	4	5	3	3	20
44	4	3	3	4	3	17
45	3	3	4	3	4	17
46	4	3	5	5	4	21
47	3	3	3	3	3	15
48	5	4	3	3	4	19
49	4	5	5	4	3	21
50	5	4	5	4	5	23
51	4	5	4	5	4	22
52	2	3	2	4	3	14
53	4	4	4	4	3	19
54	4	4	3	3	2	16
55	3	4	3	3	3	16
56	3	4	4	4	3	18
57	4	3	3	3	3	16
58	5	5	4	3	3	20
59	3	4	4	3	3	17
60	4	4	4	3	4	19
61	5	5	4	4	4	22
62	3	3	3	3	3	15
63	4	3	3	5	3	18
64	4	3	5	3	3	18
65	4	5	4	4	4	21
66	4	5	5	5	4	23
67	5	4	4	5	3	21
68	4	5	3	2	3	17
69	4	4	3	4	4	19
70	3	4	2	2	3	14
71	4	4	2	2	4	16

72	2	5	3	2	3	15
73	2	2	3	3	3	13
74	4	4	3	4	4	19
75	3	5	5	5	5	23
76	3	4	5	4	4	20
77	4	4	4	3	2	17
78	4	4	4	4	4	20
79	3	3	2	3	3	14
80	5	5	5	5	5	25
81	4	3	4	3	4	18
82	4	4	3	4	4	19
83	4	5	4	4	4	21
84	5	4	4	4	4	21
85	4	4	5	4	5	22
86	4	4	3	3	3	17
87	4	4	3	3	4	18
88	3	3	3	3	3	15
89	3	3	4	3	3	16
90	3	4	4	3	3	17
91	4	4	4	3	3	18
92	3	3	3	2	3	14
93	4	4	4	3	3	18
94	4	4	4	3	3	18
95	4	4	4	3	3	18
96	3	3	2	3	3	14
97	3	3	3	3	3	15
98	4	4	3	3	3	17
99	4	4	4	4	4	20
100	4	4	3	2	3	16

2. Hasil Jawaban Minat beli (Y)

No Responden	Burir Pernyataan					total Y
	p1	p2	p3	p4	p5	
1	4	3	5	4	4	20
2	5	5	2	4	2	18
3	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	4	20
5	3	4	5	5	5	22
6	4	4	4	4	4	20
7	3	3	4	5	4	19
8	4	4	5	5	5	23
9	5	4	4	4	5	22
10	5	5	5	5	5	25
11	4	5	4	5	3	21
12	4	4	4	4	4	20
13	5	4	5	4	4	22
14	3	3	3	3	3	15
15	3	3	3	3	3	15
16	5	5	4	4	5	23
17	4	4	4	4	4	20
18	3	4	4	4	4	19
19	3	3	3	3	3	15
20	4	5	5	5	5	24
21	4	4	4	4	4	20
22	3	3	4	4	3	17
23	4	4	3	4	4	19
24	5	3	4	5	5	22
25	4	4	4	5	4	21
26	3	4	4	3	4	18
27	5	3	5	5	5	23
28	5	5	5	5	5	25
29	3	4	4	4	2	17
30	4	4	4	5	4	21
31	4	4	3	4	4	19
32	3	3	4	4	4	18
33	4	5	3	4	5	21
34	4	4	4	5	4	21
35	2	2	3	4	3	14

36	3	3	3	2	3	14
37	4	4	5	4	4	21
38	4	4	5	5	5	23
39	3	3	4	5	4	19
40	3	3	4	5	4	19
41	5	4	5	5	4	23
42	3	3	3	4	4	17
43	4	4	5	4	4	21
44	4	3	3	3	3	16
45	4	4	3	3	3	17
46	4	4	5	5	5	23
47	3	3	3	3	3	15
48	3	3	3	4	3	16
49	2	3	4	4	3	16
50	4	5	4	4	4	21
51	5	5	5	5	4	24
52	3	4	5	3	2	17
53	4	4	3	4	4	19
54	3	4	4	4	3	18
55	4	3	3	4	3	17
56	4	3	3	4	5	19
57	4	3	3	4	3	17
58	4	5	3	4	4	20
59	4	3	3	5	4	19
60	4	5	4	5	4	22
61	3	3	4	4	4	18
62	4	3	3	4	4	18
63	3	4	3	3	4	17
64	4	4	3	5	5	21
65	5	4	4	4	4	21
66	4	3	4	5	5	21
67	4	3	4	5	4	20
68	3	5	3	4	3	18
69	4	4	3	4	4	19
70	4	4	4	5	3	20
71	5	5	3	4	2	19
72	4	4	3	4	2	17
73	3	3	1	2	2	11

74	3	4	3	3	3	16
75	3	5	5	4	4	21
76	5	3	4	4	3	19
77	4	3	4	4	3	18
78	3	4	4	4	4	19
79	3	2	3	3	3	14
80	5	5	5	4	5	24
81	4	3	4	4	3	18
82	4	4	4	4	4	20
83	4	5	4	4	4	21
84	5	4	4	5	5	23
85	4	5	4	4	4	21
86	3	3	3	4	3	16
87	3	2	3	4	3	15
88	3	3	3	3	3	15
89	3	4	4	4	4	19
90	3	3	4	3	3	16
91	4	3	3	4	4	18
92	2	3	3	3	3	14
93	3	4	3	4	4	18
94	4	4	3	4	3	18
95	3	3	3	4	4	17
96	2	2	3	3	3	13
97	3	3	3	3	3	15
98	3	4	3	4	3	17
99	4	4	4	4	4	20
100	3	3	4	4	4	18

Lampiran 4

Hasil Uji Frekuensi Jawaban Responden

1. Variabel *Green Marketing* (X)

Frequencies

X1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak setuju	4	4.0	4.0	4.0
Netral	26	26.0	26.0	30.0
Valid Setuju	54	54.0	54.0	84.0
Sangat setuju	16	16.0	16.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
Netral	23	23.0	23.0	24.0
Valid Setuju	51	51.0	51.0	75.0
Sangat setuju	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak setuju	5	5.0	5.0	5.0
Netral	28	28.0	28.0	33.0
Valid Setuju	47	47.0	47.0	80.0
Sangat setuju	20	20.0	20.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak setuju	7	7.0	7.0	7.0
Netral	34	34.0	34.0	41.0
Valid Setuju	38	38.0	38.0	79.0
Sangat setuju	21	21.0	21.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak setuju	2	2.0	2.0	2.0
Netral	40	40.0	40.0	42.0
Valid Setuju	42	42.0	42.0	84.0
Sangat setuju	16	16.0	16.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

2. Variabel Minat Beli (Y)**Y1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak setuju	4	4.0	4.0	4.0
Netral	36	36.0	36.0	40.0
Valid Setuju	45	45.0	45.0	85.0
Sangat setuju	15	15.0	15.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak setuju	4	4.0	4.0	4.0
Netral	37	37.0	37.0	41.0
Valid Setuju	42	42.0	42.0	83.0
Sangat setuju	17	17.0	17.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
Tidak setuju	1	1.0	1.0	2.0
Valid Netral	39	39.0	39.0	41.0
Setuju	42	42.0	42.0	83.0
Sangat setuju	17	17.0	17.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak setuju	2	2.0	2.0	2.0
Netral	16	16.0	16.0	18.0
Valid Setuju	57	57.0	57.0	75.0
Sangat setuju	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak setuju	6	6.0	6.0	6.0
Netral	31	31.0	31.0	37.0
Valid Setuju	46	46.0	46.0	83.0
Sangat setuju	17	17.0	17.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 5

Deskriptif Data Responden

Frequency Table

Statistics

		jenis kelamin	Usia	pekerjaan	pendapatan_bulan
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	15	15.0	15.0	15.0
	perempuan	85	85.0	85.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17 - 22 tahun	57	57.0	57.0	57.0
	23 - 28 tahun	33	33.0	33.0	90.0
	29 - 34 tahun	7	7.0	7.0	97.0
	35 - 40 tahun	1	1.0	1.0	98.0
	41 - 46 tahun	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Pelajar/mahasiswa	55	55.0	55.0	55.0
Karyawan swasta	22	22.0	22.0	77.0
PNS	4	4.0	4.0	81.0
IRT	13	13.0	13.0	94.0
Wiraswasta	6	6.0	6.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pendapatan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Rp. 500.000 - 1.500.000	55	55.0	55.0	55.0
Rp. 1.600.000 - 2.600.000	31	31.0	31.0	86.0
Rp. 2.700.000 - 3.700.000	7	7.0	7.0	93.0
> Rp. 4.000.000	7	7.0	7.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 6

Hasil Uji Instrumen

Hasil Uji Validitas

Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	Total_X
X1	Pearson Correlation	1	.271	.058	.057	.299	.599**
	Sig. (2-tailed)		.147	.761	.763	.109	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	.271	1	.326	.248	-.255	.542**
	Sig. (2-tailed)	.147		.079	.187	.173	.002
	N	30	30	30	30	30	30
X3	Pearson Correlation	.058	.326	1	.495**	.265	.702**
	Sig. (2-tailed)	.761	.079		.005	.156	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X4	Pearson Correlation	.057	.248	.495**	1	.184	.662**
	Sig. (2-tailed)	.763	.187	.005		.330	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X5	Pearson Correlation	.299	-.255	.265	.184	1	.474**
	Sig. (2-tailed)	.109	.173	.156	.330		.008
	N	30	30	30	30	30	30
Total_X	Pearson Correlation	.599**	.542**	.702**	.662**	.474**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.000	.008	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Total_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.452*	.248	.414*	.466**	.716**
	Sig. (2-tailed)		.012	.187	.023	.009	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.452*	1	.144	.328	.172	.557**
	Sig. (2-tailed)	.012		.448	.077	.364	.001
	N	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.248	.144	1	.586**	.696**	.747**
	Sig. (2-tailed)	.187	.448		.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.414*	.328	.586**	1	.525**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.023	.077	.001		.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.466**	.172	.696**	.525**	1	.815**
	Sig. (2-tailed)	.009	.364	.000	.003		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Total_Y	Pearson Correlation	.716**	.557**	.747**	.776**	.815**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Realibilitas

Reliability

Scale: green marketing

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.548	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	16.77	2.668	.255	.534
X2	16.57	2.944	.258	.522
X3	16.63	2.516	.464	.398
X4	16.67	2.575	.389	.443
X5	16.57	3.151	.206	.546

Scale: minat beli

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.772	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	16.23	5.013	.528	.736
Y2	16.27	5.789	.343	.792
Y3	16.13	4.947	.581	.718
Y4	15.97	4.999	.641	.701
Y5	16.20	4.303	.649	.692

Lampiran 7

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Total_X	Total_Y
N		100	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	19.09	18.95
	Std. Deviation	2.723	2.833
	Absolute	.128	.077
Most Extreme Differences	Positive	.089	.065
	Negative	-.128	-.077
Kolmogorov-Smirnov Z		1.285	.770
Asymp. Sig. (2-tailed)		.074	.593

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Hasil Uji Linieritas

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Total_Y * Total_X	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%

Report

Total_Y

Total_X	Mean	N	Std. Deviation
13	11.00	1	.
14	15.60	5	2.881
15	16.00	5	1.414
16	18.14	7	.900
17	16.69	13	1.316
18	17.64	11	1.912
19	19.27	11	2.005
20	19.70	10	1.636
21	20.44	16	2.607
22	21.15	13	2.340
23	21.00	5	.707
24	23.00	1	.
25	24.50	2	.707
Total	18.95	100	2.833

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Total_Y * Total_X	(Combined)	456.967	12	38.081	9.808	.000
	Linearity	411.195	1	411.195	105.908	.000
	Between Groups	45.771	11	4.161	1.072	.393
	Deviation from Linearity	337.783	87	3.883		
	Within Groups	794.750	99			
Total						

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Total_Y * Total_X	.719	.517	.758	.575

Lampiran 8

Hasil Uji Regresi Sederhana

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.719 ^a	.517	.512	1.978

a. Predictors: (Constant), total_x

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.664	1.408		3.313	.001
	total_x	.748	.073	.719	10.250	.000

a. Dependent Variable: total_y

Hasil Uji Hipotesis Uji T

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	411.195	1	411.195	105.062	.000 ^b
	Residual	383.555	98	3.914		
	Total	794.750	99			

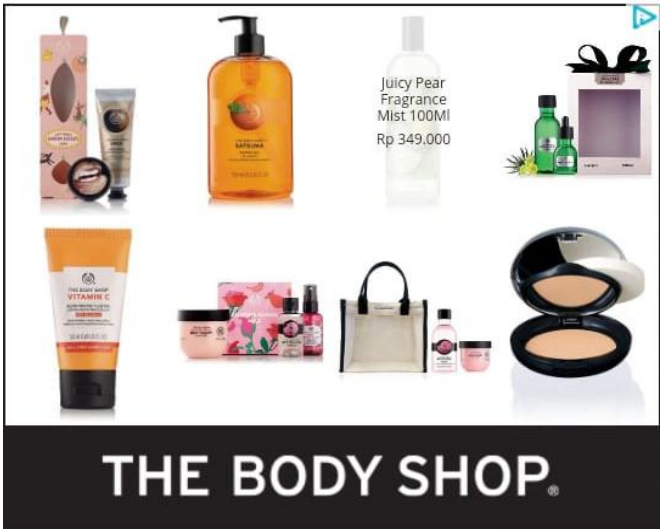
a. Dependent Variable: total_y

b. Predictors: (Constant), total_x

Lampiran 9
The Body Shop



Gambar 1
Gerakan-gerakan yang dilakukan oleh The Body Shop.



Gambar 2
Produk-produk The Body Shop.