

LAMPIRAN 1

Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Wr Wb.

Dengan hormat,

Saya Muhammad Rizky Ramadhan mahasiswa Prodi Manajemen dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, memohon kesediaan saudara/I untuk menjadi responden dalam penelitian dan mengisi kuesioner dengan judul “Pengaruh *Green Marketing* terhadap Nilai Yang Dipersepsikan dan Keputusan Pembelian pada Starbucks”. Penelitian ini dilakukan dalam rangka skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi saya.

Berdasarkan latarbelakang demikian, saya memohon bantuan dan kesediaanya saudara/I untuk terlibat dalam penelitian ini dan mengisi kuesioner yang telah terlampir. Saya sangat berharap saudara/I dapat memberikan jawaban yang akurat yang sesuai dengan apa yang saudara/I yang pernah alami dan lakukan. Atas waktu dan perhatian yang saudara/I berikan saya ucapkan terimakasih.

Identitas Responden

Nama	:	
Usia	:	
Jenis kelamin	:	Laki-laki/ Perempuan
Pendidikan	:	a. SMA b. Diploma c. S1

d. S2	e. Lainnya _____
Pekerjaan : a. Pelajar/ Mahasiswa	b. PNS c. TNI/POLRI
d. Karyawan Swasta	e. Wirausaha f. Lainnya _____
Telah Menggunakan Produk Sebanyak : a. 2 kali b. >3 kali	

Petunjuk:

Berilah jawaban pertanyaan/ pernyataan dengan tanda (√) pada kolom yang tersedia sesuai dengan kondisi saudara/i.

Keterangan:

Sangat Setuju : SS

Setuju : S

Netral : N

Tidak Setuju : TS

Sangat Tidak Setuju : STS

1. Green Marketing

No	Dimensi	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Green Product	Starbucks memiliki tumblr (gelas mug) sehingga meminimalkan penggunaan plastik yang bahaya bagi lingkungan					
		Starbucks memodifikasi bahan penutup gelas					

No	Dimensi	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
		dengan bahan daur ulang					
2	Green Price	Harga Starbucks relatif mahal dibandingkan produk lain karena merupakan produk ramah lingkungan					
		Harga Starbucks lebih mahal dibandingkan produk pesaing karena banyak melakukan kegiatan kampanye <i>go green</i>					
3	Green Promotion	Starbucks memberikan pesan-pesan lingkungan dalam promosinya melalui iklan dan media social.					
		Starbucks memiliki tagline “Starbucks shared planet, use tumblr” yang mengajak konsumen untuk mencintai lingkungan					

2. Nilai Yang Dipersepsikan

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Harga Starbucks sesuai dengan kualitas produk yang akan di dapatkan					
2	Harga Starbucks sesuai dengan manfaatnya sebagai produk yang aman bagi lingkungan					

3. Keputusan Pembelian

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya bersedia membeli Starbucks karena saya menyadari akan kebutuhan saya untuk menggunakan produk yang ramah lingkungan					
2	Sebelum membeli saya mencari informasi tentang produk starbucks					
3	Setelah membeli saya akan melakukan pembelian ulang ke starbucks					

LAMPIRAN 2

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-Laki	74	46,25
Perempuan	86	53,75
Total	160	100

LAMPIRAN 3

UJI VALIDITAS & UJI RELIABILITAS

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate							
ND	<---	GM	0.596							
CP	<---	ND	0.794							
CP	<---	GM	0.197							
GM1	<---	GM	0.735	4.37	0.540225	0.459775	2.811468	19.0969	21.908368	0.8716
GM2	<---	GM	0.753		0.567009	0.432991				
GM3	<---	GM	0.724		0.524176	0.475824				
GM4	<---	GM	0.663		0.439569	0.560431				
GM5	<---	GM	0.743		0.552049	0.447951				
GM6	<---	GM	0.752		0.565504	0.434496				
ND1	<---	ND	0.807	1.636	0.651249	0.348751	0.66151	2.676496	3.338006	0.801824
ND2	<---	ND	0.829		0.687241	0.312759				
CP1	<---	KP	0.77	2.308	0.5929	0.4071	1.22404	5.326864	6.550904	0.813149
CP2	<---	KP	0.782		0.611524	0.388476				
CP3	<---	KP	0.756		0.571536	0.428464				

STATISTIK DESKRIPTIF

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
GM1	160	2	5	4.09	.772
GM2	160	2	5	4.01	.797
GM3	160	2	5	3.97	.704
GM4	160	2	5	4.02	.789
GM5	160	2	5	3.97	.780
GM6	160	2	5	3.93	.794
Valid N (listwise)	160				

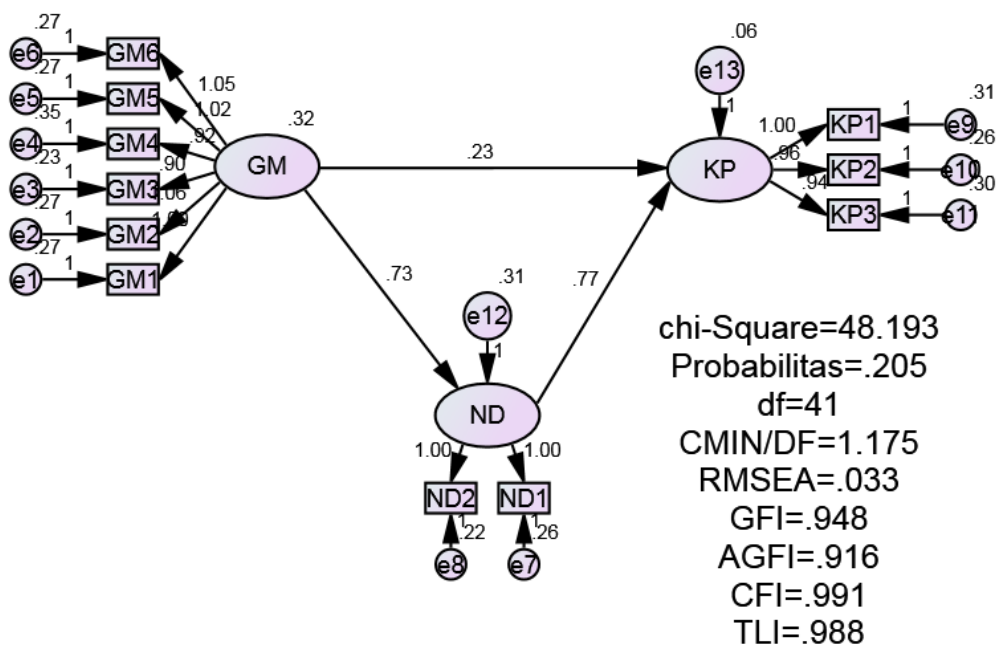
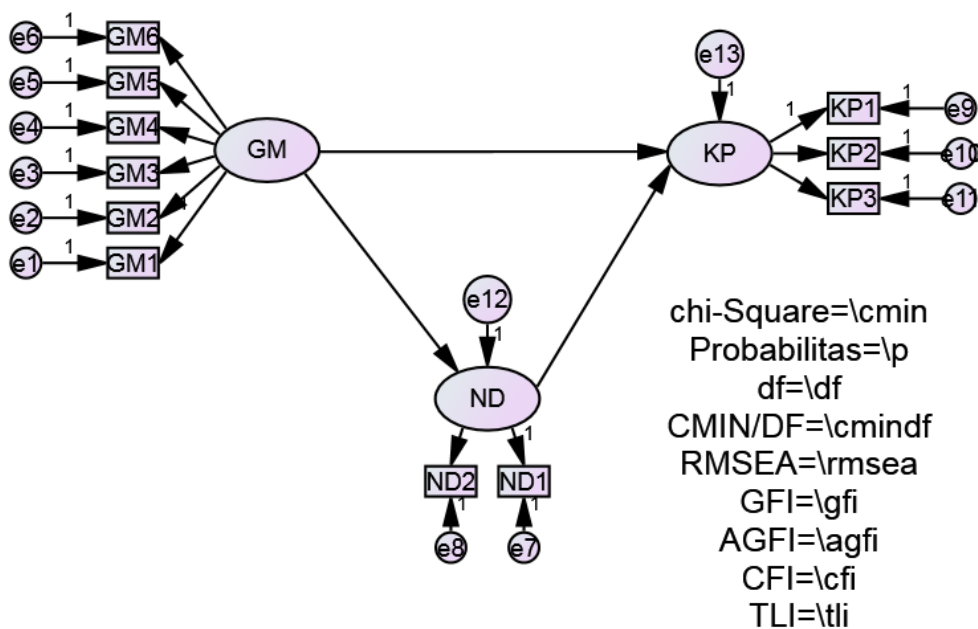
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ND1	160	2	5	3.88	.860
ND2	160	2	5	3.93	.836
Valid N (listwise)	160				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KP1	160	2	5	3.81	.870
KP2	160	2	5	3.85	.826
KP3	160	2	5	3.87	.833
Valid N (listwise)	160				

MODEL PENELITIAN

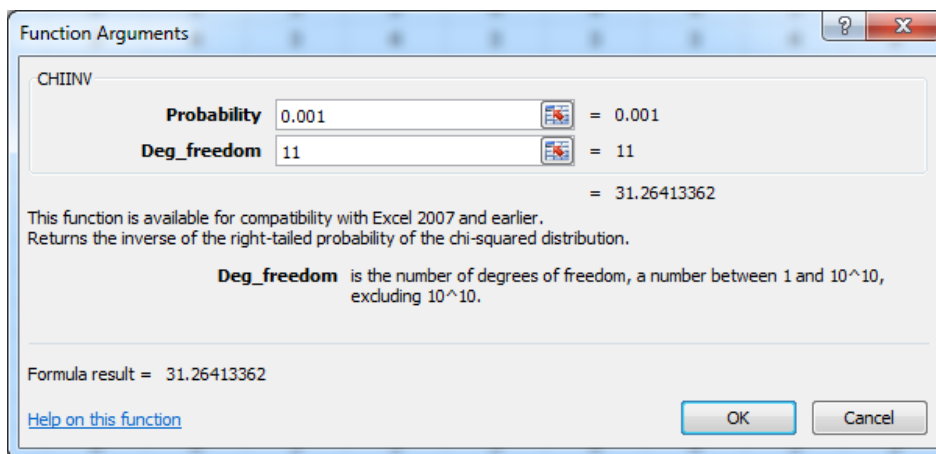


UJI NORMALITAS

Assessment of normality (Group number 1)

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
KP3	2.000	5.000	-.669	-3.455	.125	.324
KP2	2.000	5.000	-.523	-2.702	-.096	-.248
KP1	2.000	5.000	-.318	-1.644	-.576	-1.488
ND2	2.000	5.000	-.442	-2.283	-.356	-.919
ND1	2.000	5.000	-.473	-2.442	-.345	-.890
GM6	2.000	5.000	-.331	-1.710	-.406	-1.048
GM5	2.000	5.000	-.424	-2.187	-.195	-.503
GM4	2.000	5.000	-.496	-2.560	-.161	-.417
GM3	2.000	5.000	-.282	-1.456	-.102	-.264
GM2	2.000	5.000	-.609	-3.147	.109	.282
GM1	2.000	5.000	-.726	-3.751	.459	1.185
Multivariate					-5.285	-1.976

UJI OUTLIER



Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance) (Group number 1)

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
25	27.529	.004	.458
52	23.521	.015	.691
49	23.190	.017	.498
28	22.500	.021	.426
21	21.214	.031	.562
22	19.119	.059	.915
98	18.441	.072	.946

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
158	17.738	.088	.975
4	17.569	.092	.964
20	17.519	.093	.938
26	17.516	.094	.891
63	17.010	.108	.934
115	17.004	.108	.890
8	16.836	.113	.875
43	16.446	.125	.912
152	16.382	.128	.880
54	16.271	.131	.856
103	15.950	.143	.891
7	15.927	.144	.846
155	15.888	.145	.798
51	15.748	.151	.786
130	15.648	.155	.758
116	15.345	.167	.815
128	15.288	.170	.776
53	15.033	.181	.819
10	14.927	.186	.804
106	14.470	.208	.910
40	14.248	.220	.931
124	14.175	.223	.918
62	14.120	.226	.900
154	14.073	.229	.877
30	13.830	.243	.913
33	13.338	.272	.977
50	13.263	.277	.974
105	13.078	.288	.981
19	12.929	.298	.984
122	12.837	.304	.984
97	12.767	.309	.981
101	12.704	.313	.978
27	12.629	.318	.976
73	12.573	.322	.971
39	12.541	.324	.962
12	12.515	.326	.951
90	12.469	.329	.941
34	12.395	.335	.937
13	12.321	.340	.933
37	12.263	.344	.925
145	12.102	.356	.942

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
120	12.049	.360	.934
108	12.034	.361	.915
48	11.882	.373	.933
16	11.824	.377	.926
31	11.746	.383	.924
41	11.660	.390	.925
133	11.596	.395	.920
107	11.445	.407	.939
129	11.380	.412	.936
144	11.334	.416	.927
44	11.237	.424	.932
119	11.192	.427	.923
77	11.144	.431	.913
118	11.077	.437	.910
150	10.897	.452	.941
140	10.855	.456	.932
148	10.765	.463	.937
60	10.714	.468	.930
88	10.664	.472	.923
76	10.651	.473	.902
15	10.636	.474	.879
71	10.632	.475	.846
123	10.570	.480	.840
109	10.528	.484	.824
146	10.347	.499	.880
100	10.328	.501	.855
64	10.242	.509	.862
94	10.138	.518	.879
2	10.101	.521	.863
160	10.079	.523	.838
121	10.068	.524	.803
139	10.057	.525	.764
159	10.039	.527	.726
151	9.993	.531	.709
92	9.984	.532	.660
81	9.945	.535	.634
87	9.943	.536	.575
61	9.866	.543	.583
99	9.837	.545	.546
89	9.833	.545	.486
59	9.816	.547	.439

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
78	9.786	.550	.404
91	9.786	.550	.344
74	9.775	.551	.296
114	9.762	.552	.253
113	9.745	.553	.216
153	9.726	.555	.184
117	9.673	.560	.174
147	9.635	.563	.156
66	9.571	.569	.153
69	9.570	.569	.119
75	9.508	.575	.115

DEGREE OF FREEDOM

Computation of degrees of freedom (Default model)

Number of distinct sample moments:	66
Number of distinct parameters to be estimated:	25
Degrees of freedom (66 - 25):	41

MODEL FIT

Model Fit Summary

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	25	48.193	41	.205	1.175
Saturated model	66	.000	0		
Independence model	11	891.345	55	.000	16.206

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.022	.948	.916	.589
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.275	.317	.180	.264

Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	.946	.927	.992	.988	.991
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.033	.000	.066	.765
Independence model	.309	.292	.327	.000

LAMPIRAN 4
UJI HIPOTESIS

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
ND	<---	GM	.729	.122	5.980	***	par_9
KP	<---	ND	.767	.109	7.027	***	par_10
KP	<---	GM	.233	.107	2.178	.029	par_11
GM1	<---	GM	1.000				
GM2	<---	GM	1.058	.117	9.013	***	par_1
GM3	<---	GM	.899	.105	8.568	***	par_2
GM4	<---	GM	.923	.114	8.112	***	par_3
GM5	<---	GM	1.023	.115	8.868	***	par_4
GM6	<---	GM	1.053	.119	8.838	***	par_5
ND1	<---	ND	1.000				
ND2	<---	ND	.999	.096	10.443	***	par_6
KP1	<---	KP	1.000				
KP2	<---	KP	.963	.098	9.856	***	par_7
KP3	<---	KP	.939	.099	9.433	***	par_8

Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	GM	ND	KP
ND	.596	.000	.000
KP	.197	.794	.000
KP3	.000	.000	.756
KP2	.000	.000	.782
KP1	.000	.000	.770
ND2	.000	.829	.000
ND1	.000	.807	.000
GM6	.752	.000	.000
GM5	.743	.000	.000
GM4	.663	.000	.000
GM3	.724	.000	.000
GM2	.753	.000	.000
GM1	.735	.000	.000

Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	GM	ND	KP
ND	.000	.000	.000
KP	.473	.000	.000
KP3	.507	.600	.000
KP2	.525	.621	.000
KP1	.517	.612	.000
ND2	.494	.000	.000
ND1	.481	.000	.000
GM6	.000	.000	.000
GM5	.000	.000	.000
GM4	.000	.000	.000
GM3	.000	.000	.000
GM2	.000	.000	.000
GM1	.000	.000	.000