

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN
Penelitian tentang: Manajemen Pemasaran
**“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT BELI PRODUK KOSMETIK
RAMAH LINGKUNGAN DI YOGYAKARTA**

Kepada
Yth. Bapak/ Ibu/ Saudara (i)
Di Tempat

Assalamu’alaikum Wr. Wb

Salam sejahtera bagi kita semua.

Dengan hormat, dan dengan segala kerendahan hati. Diantara kesibukan saudara saat ini, saya memohon kesediaannya untuk meluangkan waktu guna mengisi kuesioner ini. Sehubungan dengan kepentingan penyusunan skripsi di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Penelitian, Jurusan S1 Manajemen. Saya selaku peneliti ingin mengetahui pengaruh kesadaran konsumen, konsekuensi individual, harga premium, afek ekologi, pengetahuan ekologi dan kesadaran lingkungan terhadap niat beli produk kosmetik ramah lingkungan di Yogyakarta.

Kuesioner ini semata-mata hanya untuk kepentingan ilmiah dan kerahasiaan saudara dijamin oleh etika dan sepenuhnya oleh tanggung jawab peneliti. Untuk itu saya harapkan kesediaan untuk mengisi dengan sungguh-sungguh dan jawaban yang sejujurnya sesuai dengan persepsi anda.

Akhir kata saya ucapkan terima kasih atas waktu yang telah Bapak/Ibu/ Saudara (i) luangkan.

Yogyakarta, 14 Juni 2016

Peneliti
Dedi Saputra
20120410245

Bagian 1 Identitas Responden - Keterangan Umum

Metode Pengisian Kuesioner

Dibawah ini ada beberapa pernyataan dengan beberapa alternatif pilihan jawaban. Tugas anda adalah memilih salah satu dari pilhan jawaban tersebut dengan benar-benar menggambarkan keadaan sesungguhnya.

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Usia :
4. Tingkat Pendidikan Terakhir : (pilih salah satu alternatif jawaban)
 - a) SD
 - b) SMP
 - c) SMA
 - d) Perguruan Tinggi
5. Pekerjaan : (pilih salah satu alternatif jawaban)
 - a) TNI/POLRI
 - b) PNS
 - c) Peg. Swasta
 - d) Wiraswasta
 - e) Mahasiswa
 - f) Lain-lain
6. Penghasilan Per Bulan :
 - a) <Rp. 1.000.000
 - b) Rp. 1.000.000 – Rp 2.000.000
 - c) >Rp 2.000.000

PETUNJUK PENGISIAN

Silahkan Anda pilih jawaban yang menurut Anda paling sesuai dengan kondisi yang Anda alami atau rasakan, dengan cara memberikan (√) pada pilihan jawaban yang tersedia dari mulai skala 1 (Sangat Tidak Setuju) sampai 5 (Sangat Setuju).

Keterangan:

STS = Sangat Tidak Setuju

S = Setuju

TS = Tidak Setuju

SS = Sangat Setuju

N = Netral

Konsekuensi Individual (X1)						
No	Pertanyaan	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya merasa produk <i>The Body Shop</i> nyaman untuk digunakan karena merupakan produk ramah lingkungan					
2	Saya merasa produk <i>The Body Shop</i> memiliki kandungan yang aman karena merupakan produk ramah lingkungan					
3	Saya menyukai produk <i>The Body Shop</i> dengan bahan kemasan yang dapat di daur ulang					

Konsekuensi Lingkungan (X2)						
No	Pertanyaan	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	<i>The Body Shop</i> perlu memperoleh sertifikat ISO 14000 mengenai lingkungan, sehingga produk yang dijual sesuai standar yang ditentukan					
2	Saya merasa produk <i>The Body Shop</i> memberikan efek yang baik bagi kehidupan banyak orang karena merupakan produk ramah lingkungan					
3	Saya merasa produk <i>The Body Shop</i> dapat berkontribusi menyelamatkan lingkungan					

Harga Premium (X3)						
No	Pertanyaan	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS

		1	2	3	4	5
1	Walaupun produk ramah lingkungan, harga produk <i>The Body Shop</i> terjangkau dengan pendapatan saya					
2	Walaupun produk ramah lingkungan, harga produk <i>The Body Shop</i> sesuai dengan kualitas yang saya inginkan					
3	Walaupun produk ramah lingkungan, harga produk <i>The Body Shop</i> dapat bersaing dengan produk lain					
4	Walaupun produk ramah lingkungan, harga produk <i>The Body Shop</i> sesuai dengan manfaat yang saya rasakan					

Afek Ekologikal (X4)						
No	Pertanyaan	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya menyukai produk <i>The Body Shop</i> karena selalu mengkampanyekan cinta lingkungan dan peduli masalah sosial					
2	Saya rela mengeluarkan uang ekstra demi membeli produk yang ramah lingkungan					
3	Bagi saya menjaga kelestarian lingkungan hidup itu penting					
4	Menjaga lingkungan merupakan kewajiban setiap individu					
5	Lingkungan yang bersih sangat berarti bagi saya					
6	Saya menyisihkan sebagian uang untuk kegiatan yang dapat mencegah kerusakan lingkungan					
7	Saya menyadari menjaga lingkungan itu sangat penting					

Pengetahuan Ekologikal (X5)						
No	Pertanyaan	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya memahami masalah produk ramah lingkungan					
2	Saya mengetahui jika produk <i>The Body Shop</i> merupakan produk yang terbuat dari bahan organik atau ramah lingkungan					
3	Saya mengetahui bahwa <i>The Body Shop</i> memiliki produk dengan karakteristik ramah lingkungan					
4	Saya mengetahui dengan menggunakan produk <i>The Body Shop</i> dapat mengurangi dampak kerusakan lingkungan					

Kesadaran Lingkungan (X6)						
No	Pertanyaan	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Ketika membeli barang saya mempertimbangkan dampaknya terhadap lingkungan					

2	Saya merasa tidak cemas ketika mendengar berita tentang efek pemanasan global karena rusaknya lingkungan					
3	Saya berusaha hanya membeli produk yang tidak merusak lingkungan					

Niat Beli (Y)						
No	Pertanyaan	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Produk ramah lingkungan yang terdapat pada <i>The Body Shop</i> adalah pilihan utama saya					
2	Saya akan setia menggunakan produk <i>The Body Shop</i> karena manfaat yang saya dapat					
3	Saya merasa puas dan tidak akan beralih ke merek lain setelah menggunakan produk <i>The Body Shop</i>					
4	Saya bersedia merekomendasikan produk <i>The Body Shop</i> kepada teman-teman saya					
5	Saya akan mempromosikan produk <i>The Body Shop</i> kepada teman-teman saya					
6	Saya akan menceritakan pengalaman positif setelah menggunakan produk <i>The Body Shop</i> kepada teman-teman saya					
7	Saya mempertimbangkan untuk membeli produk <i>The Body shop</i>					
8	Saya tertarik untuk membeli produk <i>The Body Shop</i> , setelah saya mengetahui iklan produk <i>The Body Shop</i>					
9	Saya mengetahui manfaat produk <i>The Body Shop</i> , oleh karena itu saya bersedia melakukan pembelian produk <i>The Body Shop</i>					
10	Saya berusaha mencari informasi lebih lanjut mengenai produk <i>The Body Shop</i>					
11	Saya tetap mencari informasi produk <i>The Body Shop</i> walaupun telah mengenal produk kesehatan lainnya					
12	Saya ingin mencari informasi tentang produk <i>The Body Shop</i> setelah melihat iklan produk <i>The Body Shop</i>					

Lampiran 2

a) Variabel konsekuensi individual

Correlations					
		KI1	KI2	KI3	JKI
KI1	Pearson Correlation	1	,789**	,635**	,917**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000

	N	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,789**	1	,553**	,883**
KI2	Sig. (2-tailed)	,000		,002	,000
	N	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,635**	,553**	1	,837**
KI3	Sig. (2-tailed)	,000	,002		,000
	N	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,917**	,883**	,837**	1
JKI	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,851	3

b) Variabel konsekuensi lingkungan

Correlations

	KOL1	KOL2	KOL3	JKOL
Pearson Correlation	1	,195	-,083	,486**
KOL1 Sig. (2-tailed)		,303	,663	,006
N	30	30	30	30

	Pearson Correlation	,195	1	,737**	,902**
KOL2	Sig. (2-tailed)	,303		,000	,000
	N	30	30	30	30
	Pearson Correlation	-,083	,737**	1	,779**
KOL3	Sig. (2-tailed)	,663	,000		,000
	N	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,486**	,902**	,779**	1
JKOL	Sig. (2-tailed)	,006	,000	,000	
	N	30	30	30	30

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,658	3

c) Variabel harga premium

Correlations

	HP1	HP2	HP3	HP4	JHP
	1	,763**	,561**	,399*	,801**
HP1	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,029	,000
	N	30	30	30	30
HP2	Pearson Correlation	,763**	1	,720**	,886**

	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,005	,000
	N	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,561**	,720**	1	,627**	,880**
HP3	Sig. (2-tailed)	,001	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,399*	,499**	,627**	1	,769**
HP4	Sig. (2-tailed)	,029	,005	,000		,000
	N	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,801**	,886**	,880**	,769**	1
JHP	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,852	4

d) Variabel afek ekologi

Correlations

		AE1	AE2	AE3	AE4	AE5	AE6	AE7	JAE
AE1	Pearson Correlation	1	,335	,256	,512**	,220	,268	,198	,566**
	Sig. (2-tailed)		,071	,173	,004	,244	,152	,295	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
AE2	Pearson Correlation	,335	1	,391*	,498**	,194	,644**	,052	,647**
	Sig. (2-tailed)	,071		,032	,005	,303	,000	,785	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
AE3	Pearson Correlation	,256	,391*	1	,666**	,644**	,262	,560**	,772**
	Sig. (2-tailed)	,173	,032		,000	,000	,163	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
AE4	Pearson Correlation	,512**	,498**	,666**	1	,515**	,515**	,473**	,864**
	Sig. (2-tailed)	,004	,005	,000		,004	,004	,008	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
AE5	Pearson Correlation	,220	,194	,644**	,515**	1	,320	,811**	,734**
	Sig. (2-tailed)	,244	,303	,000	,004		,085	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
AE6	Pearson Correlation	,268	,644**	,262	,515**	,320	1	,275	,673**
	Sig. (2-tailed)	,152	,000	,163	,004	,085		,142	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
AE7	Pearson Correlation	,198	,052	,560**	,473**	,811**	,275	1	,661**
	Sig. (2-tailed)	,295	,785	,001	,008	,000	,142		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
JAE	Pearson Correlation	,566**	,647**	,772**	,864**	,734**	,673**	,661**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,832	7

e) Variabel pengetahuan ekologi

Correlations

	PE1	PE2	PE3	PE4	JPE
Pearson Correlation	1	,367*	,289	,213	,570**
PE1 Sig. (2-tailed)		,046	,122	,259	,001
N	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	,367*	1	,693**	,636**	,852**
PE2 Sig. (2-tailed)	,046		,000	,000	,000
N	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	,289	,693**	1	,895**	,906**
PE3 Sig. (2-tailed)	,122	,000		,000	,000
N	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	,213	,636**	,895**	1	,863**
PE4 Sig. (2-tailed)	,259	,000	,000		,000
N	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	,570**	,852**	,906**	,863**	1
JPE Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000	
N	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).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,814	4

f) Variabel kesadaran lingkungan

Correlations

		KEL1	KEL2	KEL3	JKEL
KEL1	Pearson Correlation	1	,473**	,557**	,826**
	Sig. (2-tailed)		,008	,001	,000
	N	30	30	30	30
KEL2	Pearson Correlation	,473**	1	,419*	,820**
	Sig. (2-tailed)	,008		,021	,000
	N	30	30	30	30
KEL3	Pearson Correlation	,557**	,419*	1	,776**
	Sig. (2-tailed)	,001	,021		,000
	N	30	30	30	30
JKEL	Pearson Correlation	,826**	,820**	,776**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,724	3

g) Variabel niat beli

Correlations

		NB1	NB2	NB3	NB4	NB5	NB6	NB7	NB8	NB9	NB10	NB11	NB12	JNB
NB1	Pearson Correlation	1	,697**	,680**	,364*	,451*	,420*	,386*	,551**	,636**	,572**	,657**	,516**	,691**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,048	,012	,021	,035	,002	,000	,001	,000	,004	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
NB2	Pearson Correlation	,697**	1	,860**	,624**	,628**	,644**	,662**	,676**	,769**	,623**	,653**	,707**	,854**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
NB3	Pearson Correlation	,680**	,860**	1	,682**	,657**	,713**	,624**	,690**	,818**	,620**	,727**	,562**	,864**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
NB4	Pearson Correlation	,364*	,624**	,682**	1	,826**	,756**	,767**	,652**	,661**	,576**	,651**	,663**	,828**
	Sig. (2-tailed)	,048	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
NB5	Pearson Correlation	,451*	,628**	,657**	,826**	1	,864**	,845**	,656**	,670**	,552**	,657**	,637**	,850**
	Sig. (2-tailed)	,012	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,002	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
NB6	Pearson Correlation	,420*	,644**	,713**	,756**	,864**	1	,833**	,706**	,794**	,479**	,566**	,590**	,841**
	Sig. (2-tailed)	,021	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,007	,001	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
NB7	Pearson Correlation	,386*	,662**	,624**	,767**	,845**	,833**	1	,692**	,701**	,610**	,590**	,736**	,850**
	Sig. (2-tailed)	,035	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,001	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
NB8	Pearson Correlation	,551**	,676**	,690**	,652**	,656**	,706**	,692**	1	,845**	,683**	,678**	,663**	,849**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
NB9	Pearson Correlation	,636**	,769**	,818**	,661**	,670**	,794**	,701**	,845**	1	,626**	,651**	,684**	,886**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
NB10	Pearson Correlation	,572**	,623**	,620**	,576**	,552**	,479**	,610**	,683**	,626**	1	,887**	,683**	,794**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,001	,002	,007	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
NB11	Pearson Correlation	,657**	,653**	,727**	,651**	,657**	,566**	,590**	,678**	,651**	,887**	1	,738**	,848**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,001	,000	,000	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
NB12	Pearson Correlation	,516**	,707**	,562**	,663**	,637**	,590**	,736**	,663**	,684**	,683**	,738**	1	,819**
	Sig. (2-tailed)	,004	,000	,001	,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
JNB	Pearson Correlation	,691**	,854**	,864**	,828**	,850**	,841**	,850**	,849**	,886**	,794**	,848**	,819**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,959	12

Lampran 3

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,798 ^a	,636	,621	6,057

a. Predictors: (Constant), JKEL, JKI, JAE, JKOL, JHP, JPE

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9173,212	6	1528,869	41,673	,000 ^b
	Residual	5246,288	143	36,687		
	Total	14419,500	149			

a. Dependent Variable: JNB

b. Predictors: (Constant), JKEL, JKI, JAE, JKOL, JHP, JPE

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,859	3,119		-,275	,783
	JKI	1,211	,324	,306	3,741	,000
	JKOL	,302	,334	,068	,904	,367
	JHP	,869	,231	,306	3,764	,000
	JAE	,021	,136	,010	,151	,880
	JPE	,457	,267	,156	1,710	,089

JKEL	,468	,257	,117	1,819	,071
------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: JNB