

## Lampiran 1. Kuisisioner

Kepada,

YTH. Bapak/Ibu/Saudara/i

Konsumen AMDK Al-Qodiri

Di Tempat

Dengan Hormat

Dalam rangka penyusunan tugas akhir (skripsi) sebagai salah satu syarat kelulusan dan memperoleh gelar S1 jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember, peneliti memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner penelitian ini dengan baik. Adapun judul skripsi yang saya buat adalah **“Implementasi Green Marketing Terhadap Minat Beli yang Dimediasi Oleh Brand Image” Studi Pada AMDK Al-Qodiri Jember**. Informasi yang anda berikan untuk kepentingan terbatas, artinya hanya untuk penelitian saja.

Jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/I berikan tidak dipublikasikan dan dijamin kerahasiannya, serta dapat mendukung untuk kesuksesan penelitian saya ini. Dengan demikian, saya ucapkan terima kasih atas perhatian dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i dalam pengisian kuisisioner ini.

Peneliti,

Chandra Maulana Armanto

1510411161

## Lembar Kuisioner

### 1. Identitas Responden

- a. Nomor responden :.....(diisi oleh peneliti)
- b. Usia :.....tahun
- c. Jenis kelamin :(Pria/Wanita)\*coret yang tidak perlu
- d. Pendidikan terakhir :(SMP/SMA/Diploma/Sarjana)\*coret yang tidak perlu
- e. Pekerjaan :.....
- f. Berapa kali Anda menggunakan produk AMDK Al-Qodiri:.....

### 2. Petunjuk Pengisian

- a. Isilah Identitas Anda (identitas dijamin kerahasiannya oleh peneliti).
- b. Beri jawaban dengan tanda  $\sqrt{\quad}$  pada kolom yang sudah disediakan (1 nomor 1 jawaban).
- c. Beri jawaban yang sesuai dengan apa yang Anda alami agar penelitian ini mendapatkan data yang valid.
- d. Pilihan jawaban terdiri dari:

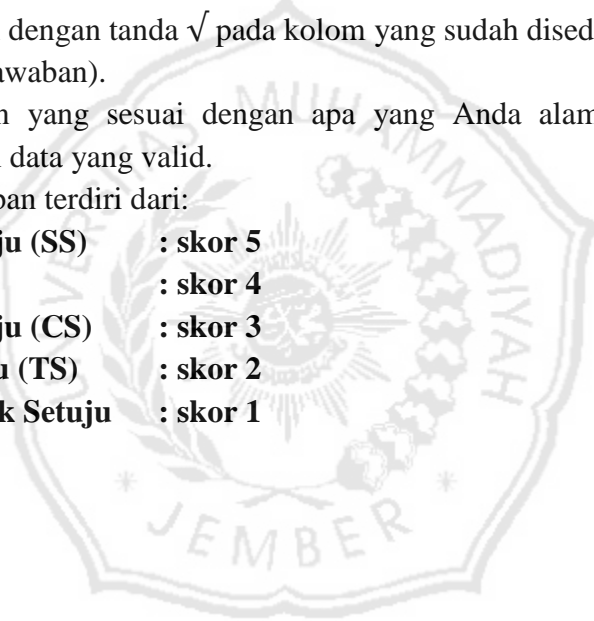
**Sangat Setuju (SS) : skor 5**

**Setuju (S) : skor 4**

**Cukup Setuju (CS) : skor 3**

**Tidak Setuju (TS) : skor 2**

**Sangat Tidak Setuju : skor 1**



## Lembar Kuisioner

### 1. Green Marketing

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Saya menyukai produk air minum dalam kemasan Al-Qodiri dengan bahan ramah lingkungan.					
2	Menurut saya air minum dalam kemasan Al-Qodiri menggunakan air yang sehat dan berkualitas					
3	Menurut saya kemasan Al-Qodiri mudah diremukkan					
4	Harga air minum dalam kemasan Al-Qodiri sesuai dengan keinginan saya					
5	Saya bersedia membayar lebih mahal untuk air minum dalam kemasan Al-Qodiri					
6	Menurut saya air minum dalam kemasan Al-Qodiri mudah dijangkau dan ditemukan					
7	Air minum dalam kemasan Al-Qodiri selalu tersedia ketika saya membutuhkannya					
8	Menurut saya promosi yang dilakukan air minum dalam kemasan Al-Qodiri menarik					
9	Menurut saya pesan lingkungan dalam promosi air minum dalam kemasan Al-Qodiri jelas dan mudah dipahami					
10	Menurut saya promosi lingkungan yang dilakukan air minum dalam kemasan Al-Qodiri nyata dan jujur					

## 2. Brand Image

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Desain kemasan air minum dalam kemasan Al-Qodiri mudah dikenali					
2	Terdapat ciri-ciri khusus sehingga air minum dalam kemasan Al-Qodiri mudah dikenali					
3	Masyarakat umum mengenal air minum dalam kemasan Al-Qodiri					
4	Produk air minum dalam kemasan Al-Qodiri memiliki reputasi yang baik					
5	Air minum dalam kemasan Al-Qodiri diproduksi oleh perusahaan terpercaya (PT.Tujuh Impian Bersama)					
6	Merek Al-Qodiri mudah diingat					

## 3. Minat Beli

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Saya tetap mencari informasi produk Al-Qodiri walaupun telah mengenal produk lain					
2	Saya tertarik untuk membeli setelah saya mendapatkan informasi tentang produk Al-Qodiri					
3	Saya bersedia merekomendasikan merek Al-Qodiri kepada teman-teman saya					
4	Saya akan menceritakan pengalaman positif setelah mengkonsumsi air minum dalam kemasan Al-Qodiri kepada teman-teman saya					
5	Air dalam kemasan Al-Qodiri adalah pilihan utama saya					
6	Adanya citra hijau pada produk Al-Qodiri membuat saya tertarik untuk membeli produk Al-Qodiri					

## Lampiran 2. Rekapitulasi Kuisioner

NO	Green Marketing										X	Brand Image						Z	Minat Beli						Y
	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9	X.10		Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Z.6		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39	4	4	4	4	5	4	25	3	4	2	2	4	4	19
3	4	4	4	5	2	4	4	5	4	5	41	5	5	4	5	4	5	28	5	4	2	2	4	5	22
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39	4	4	4	5	5	4	26	4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	40	4	4	4	4	4	4	24	3	4	2	3	4	4	20
6	3	3	4	5	4	3	3	4	3	4	36	3	3	4	4	4	3	21	4	3	3	4	3	4	21
7	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	47	4	4	4	4	5	4	25	5	5	5	5	5	4	29
8	3	3	4	5	3	3	3	3	3	3	33	2	2	3	3	4	2	16	3	3	3	3	3	3	18
9	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	47	4	4	4	4	5	4	25	5	5	5	5	5	5	30
10	1	5	4	5	4	5	2	5	5	4	40	4	4	4	4	5	4	25	5	5	5	5	5	4	29
11	5	5	5	1	4	5	5	5	5	4	44	4	4	4	4	5	4	25	5	5	5	5	5	4	29
12	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	46	4	4	4	4	5	4	25	5	5	5	5	5	4	29
13	5	3	5	5	4	3	3	5	5	2	40	4	4	4	4	5	2	23	4	3	3	5	5	2	22
14	5	1	4	4	4	2	2	3	3	3	31	4	4	4	4	5	5	26	4	3	3	5	5	4	24
15	5	1	4	5	4	4	4	5	5	5	42	4	4	3	5	4	5	25	4	5	5	4	5	2	25
16	3	3	4	5	4	4	1	5	1	5	35	4	4	4	4	4	3	23	4	3	3	4	3	4	21
17	3	3	4	4	5	4	4	5	5	5	42	4	4	5	5	3	3	24	5	3	3	5	3	5	24
18	4	4	5	5	4	4	4	5	1	5	41	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	4	4	4	25
19	3	3	4	4	2	4	4	3	3	5	35	4	4	3	4	5	4	24	5	3	3	5	4	5	25
20	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	39	4	4	5	4	5	4	26	5	4	4	4	4	5	26
21	2	4	4	4	2	4	4	5	5	4	38	3	3	4	4	4	4	22	4	2	4	4	4	4	22
22	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	39	5	5	5	5	5	4	29	4	4	4	5	4	5	26

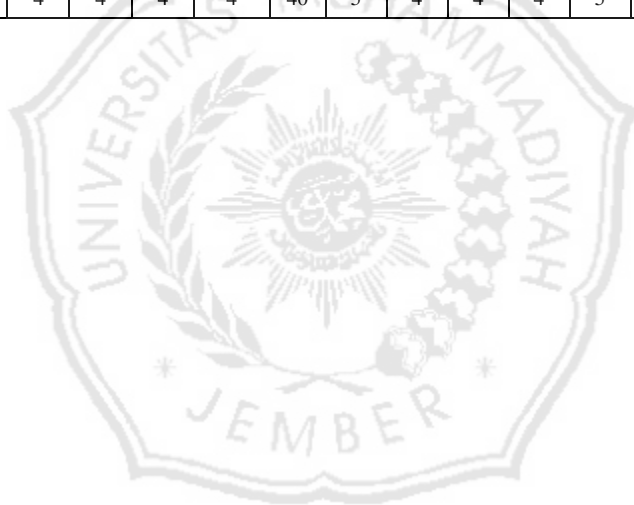
23	4	4	4	4	2	4	4	3	3	5	37	4	4	4	4	4	4	24	2	4	4	4	4	4	22
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	5	4	4	25
25	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	39	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	5	4	4	25
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	2	4	4	4	22	4	4	4	4	4	4	24
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	3	3	3	4	4	4	21	4	4	4	4	4	4	24
28	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	44	4	4	3	4	4	5	24	4	4	4	5	5	4	26
29	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	42	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	5	4	4	25
30	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49	5	5	5	4	5	4	28	5	5	5	4	4	5	28
31	3	4	4	4	5	5	4	3	4	4	40	5	4	3	4	4	4	24	4	3	4	4	4	4	23
32	5	5	5	5	5	5	5	1	4	4	44	5	5	5	4	4	4	27	5	5	5	5	4	5	29
33	3	4	4	4	3	3	3	3	4	5	36	3	3	3	4	5	5	23	3	3	4	2	5	3	20
34	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	47	5	5	5	3	4	4	26	5	5	5	5	5	5	30
35	3	3	3	3	4	3	2	3	4	5	33	3	2	3	4	5	4	21	2	3	3	4	4	3	19
36	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	42	4	4	4	4	5	4	25	4	4	4	4	4	5	25
37	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	42	5	4	4	4	5	4	26	4	4	4	4	4	3	23
38	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	42	4	4	4	4	5	3	24	4	4	4	4	4	2	22
39	3	3	3	3	4	4	3	3	4	5	35	4	3	3	4	5	4	23	3	3	3	3	3	3	18
40	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	44	4	5	4	4	5	4	26	5	4	5	4	4	4	26
41	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	45	5	4	4	5	4	4	26	4	4	5	4	4	4	25
42	4	5	5	5	5	4	3	4	4	4	43	4	3	4	4	4	4	23	3	4	5	4	4	4	24
43	4	5	5	5	5	4	3	4	5	5	45	4	3	4	5	5	4	25	3	4	5	4	4	4	24
44	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	38	2	4	4	4	4	4	22	4	4	4	4	4	4	24
45	3	4	4	4	4	4	3	3	4	5	38	4	3	3	4	5	4	23	3	3	4	4	4	4	22
46	3	3	3	3	4	3	3	3	4	5	34	3	3	3	4	5	4	22	3	3	3	3	3	3	18
47	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41	5	4	4	4	4	5	26	4	4	4	4	4	4	24
48	4	3	3	3	3	4	3	4	5	5	37	4	3	4	5	5	4	25	3	4	3	4	4	5	23

49	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	34	3	3	4	4	4	2	20	3	4	3	4	4	3	21
50	4	4	4	4	3	4	5	4	3	3	38	4	4	4	5	5	4	26	4	4	4	4	4	3	23
51	4	3	4	4	5	4	5	4	5	5	43	4	4	4	3	4	4	23	5	4	4	4	4	3	24
52	4	5	4	5	3	4	5	3	3	3	39	3	4	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	5	25
53	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	44	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
54	4	3	4	4	5	4	5	4	5	5	43	4	2	4	4	4	4	22	5	4	2	4	4	5	24
55	4	4	4	4	5	4	5	2	5	5	42	4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	3	4	3	22
56	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	45	5	5	5	4	4	4	27	5	5	5	4	4	3	26
57	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	45	4	4	4	3	3	4	22	5	4	4	4	4	4	25
58	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	45	4	4	4	5	5	4	26	5	4	4	4	4	4	25
59	4	4	4	4	5	2	4	3	3	5	38	4	3	4	3	3	4	21	5	4	4	4	4	4	25
60	5	5	5	4	3	4	5	4	4	4	43	3	4	4	5	5	4	25	5	4	4	4	4	4	25
61	5	5	5	4	3	4	4	5	4	4	43	4	4	4	5	5	4	26	5	3	4	4	3	4	23
62	3	5	5	2	4	5	5	4	4	4	41	3	4	4	4	5	5	25	4	4	4	4	4	4	24
63	3	5	5	4	3	4	4	2	4	4	38	3	3	3	5	5	4	23	4	3	3	3	5	4	22
64	5	4	5	2	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	3	5	24	5	4	2	2	5	5	23
65	3	4	3	4	4	4	4	2	4	4	36	3	5	5	4	3	4	24	4	5	5	5	5	5	29
66	3	5	3	5	4	4	4	5	4	4	41	4	4	4	5	5	4	26	5	4	4	4	4	4	25
67	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	38	2	2	2	3	3	4	16	5	2	3	3	3	4	20
68	3	5	4	2	4	4	4	5	4	4	39	5	4	4	3	3	4	23	4	4	4	4	4	4	24
69	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	36	4	4	4	4	4	5	25	5	4	4	4	4	4	25
70	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	38	4	4	5	3	3	4	23	4	5	4	4	4	5	26
71	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	42	4	4	4	4	4	2	22	4	4	5	5	4	4	26
72	5	4	4	4	3	4	5	2	3	3	37	4	4	4	2	4	4	22	4	5	5	5	4	4	27
73	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	46	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
74	5	5	4	4	3	4	5	3	3	3	39	3	3	2	4	2	2	16	4	4	4	4	5	5	26

75	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	46	3	5	4	3	4	3	22	5	5	5	5	5	4	29
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
77	4	3	4	4	4	3	2	3	2	3	32	4	2	3	4	4	4	21	4	4	3	4	4	3	22
78	5	2	4	4	5	4	4	4	4	5	41	4	4	4	4	5	4	25	4	4	5	4	4	4	25
79	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	44	5	4	4	4	4	4	25	4	4	3	4	4	3	22
80	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	43	1	4	1	4	5	4	19	4	4	5	4	4	5	26
81	5	5	5	4	4	4	3	4	5	3	42	4	3	4	4	3	4	22	5	5	3	3	3	3	22
82	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	43	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
83	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	45	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	3	4	23
84	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	47	4	5	4	4	4	5	26	4	4	4	4	3	4	23
85	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	47	4	4	4	5	5	5	27	4	4	4	4	4	4	24
86	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	37	2	4	4	4	4	4	22	4	4	4	4	2	4	22
87	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	41	4	4	5	4	4	4	25	4	4	4	4	2	4	22
88	4	3	4	4	5	3	4	5	3	5	40	4	4	5	3	3	4	23	5	5	3	3	3	3	22
89	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	42	1	3	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	4	25
90	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	41	4	4	4	1	3	3	19	4	4	4	4	5	4	25
91	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	42	4	4	4	4	3	3	22	4	1	4	2	4	1	16
92	4	4	5	3	4	5	4	5	5	5	44	4	4	4	4	1	3	20	5	5	4	3	3	4	24
93	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	40	4	4	4	4	1	4	21	4	1	4	4	4	4	21
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	24	4	1	5	4	5	3	22
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	3	4	4	4	4	4	23	5	4	4	5	4	4	26
97	4	2	4	3	4	2	4	2	5	4	34	3	4	4	2	4	3	20	4	5	4	2	2	4	21
98	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	40	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	1	4	21
99	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	42	5	4	5	5	4	4	27	5	5	4	5	5	4	28
100	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	44	5	3	4	4	4	5	25	5	4	4	5	5	4	27



101	4	4	3	4	5	4	4	3	3	4	38	5	4	4	5	4	4	26	4	4	4	4	5	4	25
102	4	4	4	1	5	4	4	3	5	4	38	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	4	1	4	22
103	5	5	5	1	5	4	4	4	4	5	42	4	4	4	4	5	5	26	4	4	4	4	4	5	25
104	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	42	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	5	25
105	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	40	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	1	4	4	21
106	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24
107	5	4	5	5	5	4	4	4	2	4	42	5	4	4	2	4	4	23	1	4	4	4	4	4	21
108	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	37	4	4	4	4	4	3	23	3	4	4	3	4	5	23
109	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	48	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	5	25
110	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	5	4	4	4	5	4	26	4	4	4	4	4	4	24



### Lampiran 3. Jawaban Responden

**X.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.9	.9	.9
	2.00	1	.9	.9	1.8
	3.00	18	16.4	16.4	18.2
	4.00	60	54.5	54.5	72.7
	5.00	30	27.3	27.3	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

**X.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	1.8	1.8	1.8
	2.00	2	1.8	1.8	3.6
	3.00	17	15.5	15.5	19.1
	4.00	61	55.5	55.5	74.5
	5.00	28	25.5	25.5	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

**X.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	9	8.2	8.2	8.2
	4.00	77	70.0	70.0	78.2
	5.00	24	21.8	21.8	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

**X.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	3	2.7	2.7	2.7
	2.00	4	3.6	3.6	6.4
	3.00	9	8.2	8.2	14.5
	4.00	65	59.1	59.1	73.6
	5.00	29	26.4	26.4	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

**X.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	3.6	3.6	3.6
	3.00	12	10.9	10.9	14.5
	4.00	59	53.6	53.6	68.2
	5.00	35	31.8	31.8	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

**X.6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	3.6	3.6	3.6
	3.00	9	8.2	8.2	11.8
	4.00	76	69.1	69.1	80.9
	5.00	21	19.1	19.1	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

**X.7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.9	.9	.9
	2.00	3	2.7	2.7	4.5
	3.00	13	11.8	11.8	15.5
	4.00	65	59.1	59.1	74.5
	5.00	28	25.5	25.5	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

**X.8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.9	.9	.9
	2.00	9	8.2	8.2	9.1
	3.00	23	20.9	20.9	30.0
	4.00	45	40.9	40.9	70.9
	5.00	32	29.1	29.1	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

**X.9**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	1.8	1.8	1.8
	2.00	2	1.8	1.8	3.6
	3.00	17	15.5	15.5	19.1
	4.00	55	50.0	50.0	69.1
	5.00	34	30.9	30.9	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

**X.10**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	.9	.9	.9
	3.00	8	7.3	7.3	8.2
	4.00	58	52.7	52.7	60.9
	5.00	43	39.1	39.1	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

**Z.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	1.8	1.8	1.8
	2.00	4	3.6	3.6	5.5
	3.00	16	14.5	14.5	20.0
	4.00	69	62.7	62.7	82.7
	5.00	19	17.3	17.3	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

**Z.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	5	4.5	4.5	4.5
	3.00	17	15.5	15.5	20.0
	4.00	77	70.0	70.0	90.0
	5.00	11	10.0	10.0	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

**Z.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.9	.9	.9
	2.00	3	2.7	2.7	3.6
	3.00	13	11.8	11.8	15.5
	4.00	80	72.7	72.7	88.2
	5.00	13	11.8	11.8	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

**Z.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.9	.9	.9
	2.00	3	2.7	2.7	3.6
	3.00	10	9.1	9.1	12.7
	4.00	78	70.9	70.9	83.6
	5.00	18	16.4	16.4	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

**Z.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	1.8	1.8	1.8
	2.00	1	.9	.9	2.7
	3.00	12	10.9	10.9	13.6
	4.00	58	52.7	52.7	66.4
	5.00	37	33.6	33.6	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

**Z.6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	5	4.5	4.5	4.5
	3.00	11	10.0	10.0	14.5
	4.00	80	72.7	72.7	87.3
	5.00	14	12.7	12.7	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

**Y.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.9	.9	.9
	2.00	2	1.8	1.8	2.7
	3.00	12	10.9	10.9	13.6
	4.00	61	55.5	55.5	69.1
	5.00	34	30.9	30.9	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

**Y.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	3	2.7	2.7	2.7
	2.00	2	1.8	1.8	4.5
	3.00	15	13.6	13.6	18.2
	4.00	70	63.6	63.6	81.8
	5.00	20	18.2	18.2	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

**Y.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	5	4.5	4.5	4.5
	3.00	18	16.4	16.4	20.9
	4.00	64	58.2	58.2	79.1
	5.00	23	20.9	20.9	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

**Y.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.9	.9	.9
	2.00	6	5.5	5.5	6.4
	3.00	11	10.0	10.0	16.4
	4.00	68	61.8	61.8	78.2
	5.00	24	21.8	21.8	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

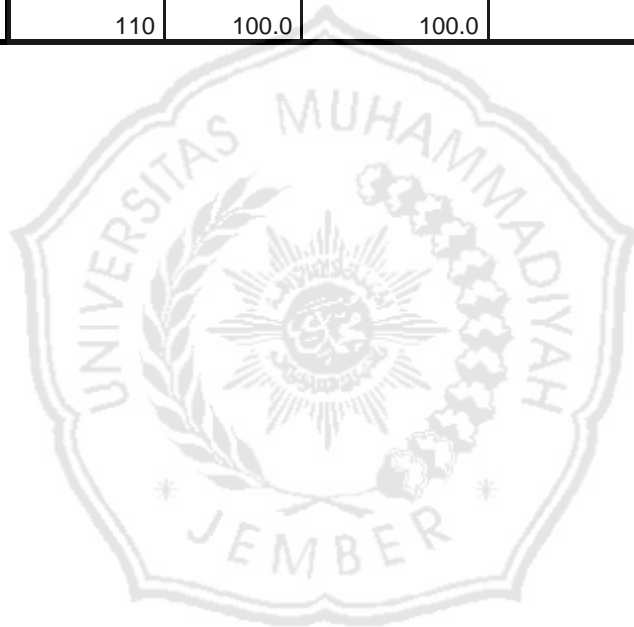
**Y.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	1.8	1.8	1.8
	2.00	3	2.7	2.7	4.5
	3.00	13	11.8	11.8	16.4
	4.00	69	62.7	62.7	79.1
	5.00	23	20.9	20.9	100.0
	Total	110	100.0	100.0	



Y.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.9	.9	.9
	2.00	3	2.7	2.7	3.6
	3.00	16	14.5	14.5	18.2
	4.00	67	60.9	60.9	79.1
	5.00	23	20.9	20.9	100.0
	Total	110	100.0	100.0	





X.7	Pearson Correlation	.442**	.442**	.253**	-.002	.212*	.400**	1	.094	.336**	.102	.652**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.008	.984	.026	.000		.327	.000	.290	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
X.8	Pearson Correlation	.113	.145	.229*	.149	.137	.304**	.094	1	.216*	.174	.551**
	Sig. (2-tailed)	.238	.132	.016	.120	.153	.001	.327		.024	.069	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
X.9	Pearson Correlation	.082	.162	.063	-.155	.206*	.232*	.336**	.216*	1	.168	.481**
	Sig. (2-tailed)	.397	.091	.516	.106	.031	.015	.000	.024		.078	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
X.10	Pearson Correlation	-.078	-.058	-.094	-.048	.257**	.106	.102	.174	.168	1	.291**
	Sig. (2-tailed)	.415	.545	.330	.618	.007	.272	.290	.069	.078		.002
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
X	Pearson Correlation	.509**	.577**	.502**	.275**	.505**	.630**	.652**	.551**	.481**	.291**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.002	
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110

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

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

**Correlations**

		Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Z.6	Z
Z.1	Pearson Correlation	1	.420**	.466**	.120	.025	.224*	.670**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.213	.796	.019	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
Z.2	Pearson Correlation	.420**	1	.515**	.060	.044	.177	.626**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.531	.646	.064	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
Z.3	Pearson Correlation	.466**	.515**	1	.040	-.046	.053	.574**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.676	.630	.579	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
Z.4	Pearson Correlation	.120	.060	.040	1	.348**	.234*	.523**
	Sig. (2-tailed)	.213	.531	.676		.000	.014	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
Z.5	Pearson Correlation	.025	.044	-.046	.348**	1	.237*	.498**
	Sig. (2-tailed)	.796	.646	.630	.000		.013	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
Z.6	Pearson Correlation	.224*	.177	.053	.234*	.237*	1	.546**
	Sig. (2-tailed)	.019	.064	.579	.014	.013		.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
Z	Pearson Correlation	.670**	.626**	.574**	.523**	.498**	.546**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110	110	110

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

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

**Correlations**

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.278**	.176	.237*	.115	.203*	.561**
	Sig. (2-tailed)		.003	.067	.013	.233	.033	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
Y.2	Pearson Correlation	.278**	1	.333**	.245**	.116	.292**	.644**
	Sig. (2-tailed)	.003		.000	.010	.227	.002	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
Y.3	Pearson Correlation	.176	.333**	1	.450**	.188*	.081	.626**
	Sig. (2-tailed)	.067	.000		.000	.049	.398	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
Y.4	Pearson Correlation	.237*	.245**	.450**	1	.283**	.234*	.694**
	Sig. (2-tailed)	.013	.010	.000		.003	.014	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
Y.5	Pearson Correlation	.115	.116	.188*	.283**	1	.063	.502**
	Sig. (2-tailed)	.233	.227	.049	.003		.513	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
Y.6	Pearson Correlation	.203*	.292**	.081	.234*	.063	1	.522**
	Sig. (2-tailed)	.033	.002	.398	.014	.513		.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
Y	Pearson Correlation	.561**	.644**	.626**	.694**	.502**	.522**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110	110	110

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

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

## b. Uji Reliabilitas

X

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.711	11

Z

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.726	7

Y

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.736	7

## c. Uji Normalitas Data

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		X	Z	Y
N		110	110	110
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	40.7091	23.7545	23.9636
	Std. Deviation	3.75230	2.40102	2.72578
Most Extreme Differences	Absolute	.089	.150	.134
	Positive	.075	.102	.134
	Negative	-.089	-.150	-.124
Test Statistic		.089	.150	.134
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c</sup>	.103 <sup>c</sup>	.105 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

## Lampiran 5. Analisis Path

### Jalur X – Z

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.513 <sup>a</sup>	.470	.463	2.19726

a. Predictors: (Constant), X

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	106.955	1	106.955	22.153	.000 <sup>b</sup>
	Residual	521.418	108	4.828		
	Total	628.373	109			

a. Dependent Variable: Z

b. Predictors: (Constant), X

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.008	2.293		5.673	.000
	X	.264	.056	.413	4.707	.000

a. Dependent Variable: Z

## Jalur X, Z – Y

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.758 <sup>a</sup>	.612	.599	2.28262

a. Predictors: (Constant), Z, X

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	252.346	2	126.173	24.216	.000 <sup>b</sup>
	Residual	557.509	107	5.210		
	Total	809.855	109			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), Z, X

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.371	2.714		1.979	.050
	X	.320	.064	.440	4.999	.000
	Z	.235	.100	.207	2.348	.021

a. Dependent Variable: Y



## Lampiran 6. Uji Asumsi Klasik

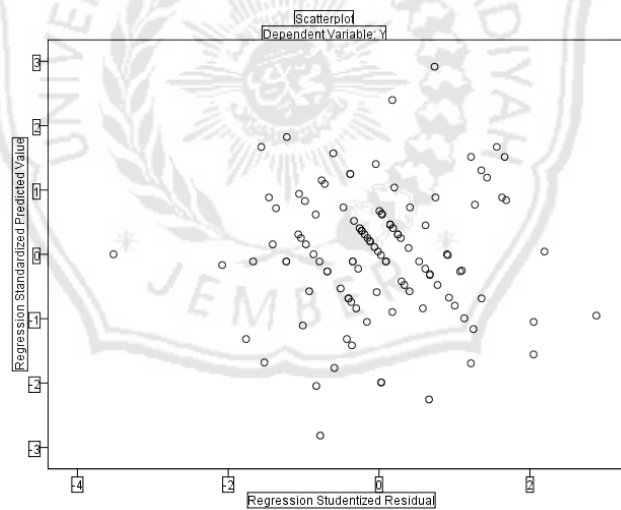
### a. Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.371	2.714		1.979	.050		
X	.320	.064	.440	4.999	.000	.830	1.205
Z	.235	.100	.207	2.348	.021	.830	1.205

a. Dependent Variable: Y

### b. Uji Heteroskedastisitas



## Lampiran 7. Uji Hipotesis

### a. Uji t

**Coefficientsa**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.008	2.293		5.673	.000
	X	.264	.056	.413	4.707	.000

a. Dependent Variable: Z

**Coefficientsa**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.371	2.714		1.979	.050
	X	.320	.064	.440	4.999	.000
	Z	.235	.100	.207	2.348	.021

a. Dependent Variable: Y

**Lampiran 8. Rtabel**

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

**Lampiran 9. Dokumentasi**



**PENGARUH *GREEN MARKETING* TERHADAP MINAT BELI SERTA  
DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Konsumen *Non-  
Member Tupperware* Di Kota Malang**

**Risna Dwi Agustin**

**Srikandi Kumadji**

**Edy Yulianto**

Fakultas Ilmu Administrasi

Universitas Brawijaya Malang

Email: [risnadwiagustin@gmail.com](mailto:risnadwiagustin@gmail.com)

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *green marketing* terhadap minat beli dan keputusan pembelian produk Tupperware. *Explanatory research* (penelitian penjelasan) digunakan sebagai jenis penelitian. Survei dilakukan pada konsumen *non-member* Tupperware di Kota Malang dengan jumlah sampel sebanyak 102 orang responden. Teknik *purposive sampling* digunakan sebagai teknik *sampling* dengan kriteria konsumen *non-member* Tupperware di Kota Malang yang menggunakan produk Tupperware dan melakukan pembelian di PT Adicitra Prima Kencana. Data dikumpulkan melalui angket selanjutnya dilakukan analisis data secara deskriptif dan analisis jalur (*path analysis*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *green marketing* memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap variabel minat beli sebesar 79,4%. Variabel *green marketing* memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 34%. Variabel minat beli memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 39,3%. Perusahaan Tupperware seharusnya terus mempertahankan program pemasaran hijau yang diusung dengan ditunjang untuk terus berinovasi dalam menghasilkan produk plastik yang berkualitas dan ramah lingkungan. Hal ini akan membentuk ketertarikan konsumen terhadap produk Tupperware, sehingga dapat berdampak pada keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** *Green Marketing*, Minat Beli, Keputusan Pembelian, Tupperware

Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 22 No. 2 Mei 2015

*administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id*

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI (Survei Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Yang Menggunakan Pasta Gigi Pepsodent)**

**Miki Ambarwati  
Sunarti**

**Mukhammad Kholid Mawardi**

Fakultas Ilmu Administrasi

Universitas Brawijaya

Malang

E-mail: [ambarwatimiki@yahoo.com](mailto:ambarwatimiki@yahoo.com)

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: pengaruh Citra Merek yang terdiri dari Citra Perusahaan, Citra Konsumen, dan Citra Produk secara bersama-sama terhadap Minat Beli, pengaruh Citra Merek yang terdiri dari Citra Perusahaan, Citra Konsumen, dan Citra Produk secara parsial terhadap Minat Beli, dan variabel mana yang dominan berpengaruh terhadap Minat Beli. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan (*explanatory research*) yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel yang ditetapkan sebanyak 112 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Responden adalah Mahasiswa Universitas Brawijaya yang menggunakan pasta gigi Pepsodent. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda dengan memperhatikan uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Citra Perusahaan, Citra Konsumen, dan Citra Produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli, pengaruh secara parsial antar variabel menunjukkan bahwa Citra Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli, Citra Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli, dan Citra Produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli, Citra Produk adalah variabel yang dominan memiliki pengaruh terhadap Minat Beli. Hasil uji koefisien Determinasi menunjukkan bahwa variabel Citra Perusahaan, Citra Konsumen, dan Citra Produk berpengaruh terhadap Minat Beli sebesar 20,2%. Sedangkan sisanya 79,8% variabel Minat Beli akan dipengaruhi oleh variabel lain.

**Kata kunci: Citra Merek, Citra Perusahaan, Citra Konsumen, Citra Produk, Minat Beli.**

Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 25 No. 1 Agustus 2015

*administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id*