

LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Instrumen Penelitian

Karakteristik Responden:

Beri tanda (✓) pada jawaban yang sesuai.

1. Nama :
2. Apakah Anda memiliki minat melakukan pembelian motor listrik dalam waktu dekat?
3. Usia :
 - 18–29 tahun (Generasi Z)
 - ○ 30–47 tahun (Generasi Y / Milenial)
 - 48–60 tahun (Generasi X)
4. Jenis Kelamin :
 - Laki-laki
 - Perempuan
5. Status Pekerjaan :
 - Pelajar/Mahasiswa
 - Pegawai Negeri
 - Pegawai Swasta
 - Wirausaha
6. Penghasilan :
 - < Rp. 1.000.000/bulan
 - Rp. 1.000.000 – Rp. 5.000.000/bulan
 - Rp. 5.000.000 – Rp. 10.000.000/bulan
 - > Rp. 10.000.000/bulan

Lampiran 1. 2 Pernyataan Kuesioner

Intruksi Pengisian Kuesioner

Anda berhak memilih satu jawaban sesuai dengan pendapat dan pilihan Anda.

Skala Pengukuran:

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Setuju (S)
4. Sangat Setuju (SS)

Lampiran 1. 3 Pernyataan Kuesioner

Green Perceived Value (X1)

Pernyataan	STS	TS	S	SS
Perasaan Senang				
Menggunakan motor listrik membuat saya senang				
Perasaan Tenang				
Menggunakan motor listrik membuat saya merasa aman				
Perasaan Puas				
Manfaat lingkungan dari motor listrik membuat saya puas				
Harga Sesuai Kualitas				
Saya merasa harga motor listrik sebanding dengan kualitas yang ditawarkan				
Harga Masuk Akal				
Menurut saya, harga motor listrik masih tergolong masuk akal				
Rasa Ingin Tahu				
Saya merasa motor listrik akan memberikan pengalaman berkendara yang berbeda				

Pengalaman Baru Menggunakan				
Menggunakan motor listrik memberikan saya pengalaman baru yang belum pernah saya rasakan sebelumnya.				

Social Value (X2)

Pernyataan	STS	TS	S	SS
Conspicuous Value				
Saya merasa ketika menggunakan motor listrik dapat memberikan kesan ramah lingkungan				
Motif				
Menggunakan motor listrik adalah bentuk kepedulian saya terhadap lingkungan				
Kepuasan				
Saya merasa motor listrik dapat memenuhi gaya hidup peduli lingkungan yang saya anut				
Perasaan				
Lingkungan sekitar memengaruhi pandangan saya terhadap motor listrik yang mencerminkan pribadi peduli lingkungan				
Tingkat Pengakuan Keberadaan				
Saya mengakui keberadaan pengguna motor listrik sebagai sosok yang peduli lingkungan dan mengikuti perkembangan zaman				
Keterlibatan Konsumen				
Bergabung dalam komunitas pengguna motor listrik membuat saya merasa lebih terlibat.				

Green Trust (Z)

Pernyataan	STS	TS	S	SS
Penyelesaian Masalah				
Saya percaya produsen motor listrik mampu menyelesaikan permasalahan teknis dengan tepat				
Kerja Sama				
Saya percaya bahwa produsen motor listrik memiliki kemampuan bekerja sama dengan berbagai pihak untuk meningkatkan kualitas produknya				
Pengambilan Keputusan				
Saya percaya bahwa produsen motor listrik membuat keputusan yang jelas dan tepat terkait pengembangan produknya				
Perhatian				
Saya merasa bahwa produsen motor listrik benar-benar peduli terhadap kebutuhan dan kepuasan konsumennya				
Kemauan Berbagi				
Produsen motor listrik bersedia memberikan informasi yang jujur mengenai dampak lingkungan dan keunggulan teknologinya				
Dapat Diharapkan				
Saya percaya bahwa produsen motor listrik akan tetap menjaga komitmennya terhadap kepentingan konsumen di masa depan				
Kejujuran				
Saya percaya produsen motor listrik menyampaikan informasi secara jujur mengenai kualitas dan performa produknya				

Sikap Bijaksana				
Saya percaya produsen motor listrik menjalankan usahanya dengan etika dan keputusan yang bijak				
Sikap Tanggung Jawab				
Saya merasa produsen motor listrik bertanggung jawab dalam menjaga informasi konsumennya secara tepat				

Green Purchase Intention (Y)

Pernyataan	STS	TS	S	SS
Preferensial				
Keunggulan kualitas motor listrik yang ramah lingkungan membuat saya tertarik membelinya				
Eksploratif				
Saya tertarik mencari tahu lebih lanjut tentang fitur dan teknologi motor listrik				
Referensial				
Saya merasa terdorong untuk merekomendasikan motor listrik setelah mengetahui manfaat ramah lingkungannya				
Transaksional				
Insentif pemerintah dan efisiensi biaya operasional membuat saya ingin membeli motor listrik				

Lampiran 1. 4 Data Kuesioner Variabel *Green Perceived Value*

GPV1	GPV2	GPV3	GPV4	GPV5	GPV6	GPV7
4	4	2	4	4	2	4
3	2	4	2	1	4	1
4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	4	3	4	4
3	2	4	4	3	4	4
3	4	4	3	3	4	2
4	4	4	3	3	4	3
2	2	2	2	2	2	2
2	2	3	2	3	3	3
3	3	4	4	2	3	3
4	3	4	4	4	4	4
3	4	3	4	3	3	3
3	2	4	4	3	4	4
3	3	3	4	4	4	4
3	4	4	4	4	3	3
3	3	3	3	4	3	4
3	3	3	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3
3	4	3	4	4	3	4
3	4	4	3	3	4	4
3	3	2	3	4	3	3
3	4	4	3	4	2	1
4	3	4	2	4	4	2
3	4	3	4	4	3	4
3	3	4	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	3
3	4	3	2	2	4	4
4	3	4	4	3	4	4
3	4	4	3	3	4	4
3	2	4	4	4	2	3
3	3	4	4	4	3	4
3	3	4	4	4	3	3
3	4	3	4	3	3	4
4	3	3	3	3	4	4
3	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	3	3	3
2	2	3	3	3	3	3
3	2	3	2	3	3	3
3	3	4	3	3	4	3

3	4	2	2	1	2	3
3	4	4	3	4	3	3
3	3	4	3	4	4	4
3	3	3	4	4	4	4
3	3	4	4	4	4	4
3	3	4	4	3	4	4
4	3	2	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	2
3	3	4	3	3	3	2
4	3	4	4	4	3	4
4	4	3	4	4	4	4
3	2	2	3	3	3	2
3	3	3	3	3	3	3
4	2	4	3	3	4	2
3	4	4	3	3	4	3
3	2	3	3	3	4	3
4	3	4	4	3	4	4
2	2	3	4	3	3	4
3	2	4	3	2	3	3
3	3	4	3	3	3	4
4	4	3	2	4	2	4
3	4	4	3	3	4	4
3	2	4	3	3	4	4
4	2	3	3	3	4	2
3	2	3	3	4	4	4
3	2	4	2	3	3	3
4	4	4	4	3	4	4
3	3	4	4	3	2	3
4	3	4	4	4	4	3
3	4	3	4	4	3	4
3	4	3	4	3	4	4
3	3	4	2	2	3	4
3	3	3	3	3	3	3
4	2	3	3	3	4	4
3	3	4	3	3	3	4
3	4	4	3	3	4	4
3	3	4	3	3	4	4
4	3	3	4	3	4	4
3	3	3	3	4	4	3
3	3	3	4	4	4	4
3	4	3	4	4	4	3
3	4	3	4	3	4	3
3	3	4	4	4	4	4

4	3	3	4	3	4	4
3	3	4	3	4	3	3
3	3	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4	4
3	4	3	4	3	4	3
4	3	4	3	4	3	4
3	4	4	3	3	4	4
4	3	3	4	4	3	3
3	4	3	4	3	4	3
4	3	4	3	4	3	4
3	4	4	3	3	4	4
4	3	3	4	4	3	3
3	4	3	4	3	4	3
4	3	4	3	4	3	4
3	4	4	3	3	4	4
4	3	4	3	4	3	4
3	4	4	3	3	4	4
4	3	3	4	4	3	3
3	4	3	4	3	4	3
1	1	2	1	2	2	1
1	2	1	2	2	1	2
4	3	3	4	4	3	3
3	4	3	4	3	4	3
4	3	4	3	4	3	4
1	1	1	2	1	2	1
2	1	2	1	2	2	3
3	4	3	4	3	4	3
4	3	4	3	4	3	4
1	1	1	1	1	2	1
2	2	1	2	2	2	2
3	4	3	4	3	4	3
4	3	4	3	4	3	4
1	1	2	2	1	2	1
1	2	2	1	2	1	1
1	2	1	2	2	1	2
4	3	4	3	4	3	4
3	4	4	3	3	4	4
2	3	1	1	2	1	1
2	1	2	1	1	1	1
2	1	2	1	2	2	1
3	4	4	3	3	4	4

4	3	3	4	4	3	3
3	4	3	4	3	4	3
4	3	4	3	4	3	4
3	4	4	3	3	4	4
4	3	3	4	4	3	3

Lampiran 1. 5 Data Kuesioner Variabel Social Value

SV1	SV2	SV3	SV4	SV5	SV6
4	4	4	4	4	3
4	4	3	3	2	4
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	4	3
4	4	4	4	4	3
4	4	4	3	3	3
4	4	4	3	3	2
3	3	4	3	4	3
4	4	4	4	4	4
3	4	2	4	4	3
4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	3
4	3	4	3	3	3
4	4	3	3	3	4
3	3	4	4	3	4
4	3	3	3	3	2
4	4	3	3	3	3
3	4	4	3	3	3
4	4	3	3	3	2
3	3	3	3	3	2
4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	2
3	3	3	3	3	3
4	3	3	4	4	4
3	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	2
3	4	2	3	3	2
4	4	3	3	4	4
4	3	2	2	3	3

4	4	4	4	4	2
3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	4	2
3	4	4	3	4	3
3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	4	4
3	3	4	4	4	3
4	4	3	2	2	3
4	4	3	4	4	4
4	4	2	3	4	3
4	4	4	3	4	3
3	3	3	4	4	3
4	4	4	3	3	1
4	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	3	4	4	4	2
3	3	2	2	3	2
4	4	1	3	4	4
3	2	2	3	3	3
3	4	4	3	4	3
4	2	4	4	3	1
3	4	2	4	3	3
3	4	3	3	3	2
4	2	4	4	3	4
3	3	2	4	4	3
4	4	4	3	4	2
3	3	3	3	3	2
4	4	3	4	3	2
4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	4	3
4	3	4	3	4	2
3	3	3	3	4	4
4	4	3	2	3	1
4	4	3	4	3	3
3	4	4	3	3	3
4	3	3	4	3	3
3	3	4	3	4	3
3	4	3	3	3	2
4	4	3	4	4	3
4	3	4	4	3	4
3	3	3	4	4	4
4	4	4	3	4	4
3	4	4	4	3	4

4	4	3	2	3	3
4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	4	4
3	4	4	4	3	4
4	3	3	3	3	3
4	3	3	4	4	3
4	3	4	4	4	4
4	3	4	4	3	4
4	4	3	3	3	3
4	4	3	2	3	3
3	3	3	3	3	2
3	4	4	4	3	4
3	3	3	3	3	2
4	3	4	3	4	3
3	4	3	4	3	4
3	4	3	4	3	4
4	3	4	3	4	3
4	3	4	3	4	3
3	4	3	4	3	4
3	4	3	4	3	4
4	3	4	3	4	3
4	3	4	3	4	3
3	4	3	4	3	4
3	4	3	4	3	4
4	3	4	3	4	3
4	3	4	3	4	3
3	4	3	4	3	4
3	4	3	4	3	4
4	3	4	3	4	3
4	3	4	3	4	3
1	1	2	1	2	2
1	1	2	1	2	1
4	3	4	3	4	3
4	3	4	3	4	3
3	4	3	4	3	4
3	1	2	1	1	2
2	1	2	2	2	1
4	3	4	3	4	3
3	4	3	4	3	4
2	2	1	1	1	2
1	2	1	2	1	1
4	3	4	3	4	3
3	4	3	4	3	4

2	2	2	1	1	2
2	3	1	1	2	1
1	2	2	2	1	1
3	4	3	4	3	4
3	4	3	4	3	4
2	2	1	2	2	2
2	1	2	1	2	2
2	1	2	2	1	1
3	4	3	4	3	4
4	3	4	3	4	3

Lampiran 1. 6 Data Kuesioner Variabel *Green Trust*

GT1	GT2	GT3	GT4	GT5	GT6	GT7	GT8	GT9
3	3	3	4	4	3	4	4	4
4	3	4	4	4	3	3	3	4
3	3	3	3	3	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	3	3	4
4	3	4	3	4	3	4	3	4
1	3	3	4	3	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	4	3	3	4	3	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	4
4	3	4	4	3	4	2	4	4
4	4	3	3	4	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	4	4	4	3	3
4	4	3	4	4	4	4	3	3
3	4	4	3	3	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	4	4	3	2	3	3
4	4	4	3	4	4	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	3	3	3
3	3	3	4	4	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	2	3	3	3
3	3	3	3	4	4	4	3	3
4	3	4	3	4	3	4	4	4

4	3	4	4	4	4	4	4	4
2	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	4	3	2	3	3	2	2
4	4	2	4	4	3	4	3	4
4	3	4	2	4	3	4	4	3
3	4	3	3	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	3	4	4	4	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	4	3	3	4	3	3
3	3	3	3	4	3	3	4	4
3	4	4	4	3	3	4	4	3
4	4	3	3	4	4	4	3	3
3	4	3	3	4	3	3	3	3
4	4	3	3	4	4	3	3	3
4	3	4	4	3	3	3	4	4
3	3	3	3	4	4	3	3	4
3	3	3	3	4	4	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3	4	3
2	3	2	2	3	3	2	3	3
3	3	3	3	4	3	3	3	4
4	3	2	4	3	3	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	3	4	4	3	3	3
3	3	3	3	4	4	4	4	4
4	3	3	4	2	3	3	4	3
3	4	3	4	4	3	3	4	4
3	4	3	4	3	4	3	4	3
3	4	4	2	3	3	4	4	3
3	4	3	4	4	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	4	4	3	3	3	2
3	3	4	3	3	3	3	3	4
4	3	4	3	4	3	4	3	4
3	4	3	4	3	4	3	4	3
3	4	4	3	4	4	3	4	3
2	4	4	4	3	3	4	4	3
4	4	4	3	3	3	4	4	4
3	4	3	3	2	3	2	2	3
4	4	3	4	3	4	4	3	3
4	3	3	3	4	3	3	3	3
3	3	4	2	3	4	3	3	2

3	3	4	3	4	4	3	4	4
3	4	3	4	3	4	3	4	3
3	3	4	4	3	4	4	4	4
4	3	3	3	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	3	3	3	4
3	3	3	3	3	4	2	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	4	3	4	3	4	4
4	3	4	4	4	3	3	4	4
3	4	3	4	3	2	3	3	3
1	2	3	3	4	3	3	2	3
4	4	4	4	3	4	4	4	3
2	3	2	3	2	3	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	2	3	2	2	3	3
3	3	4	3	4	3	3	3	4
4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	4	3	4	3	4
3	4	3	4	3	4	3	4	3
3	4	3	4	3	4	3	4	3
4	3	4	3	4	3	4	3	4
4	3	4	3	4	3	4	3	4
3	4	3	4	3	4	3	4	3
3	4	3	4	3	4	3	4	3
4	3	4	3	4	3	4	3	4
4	3	4	3	4	3	4	3	4
3	4	3	4	3	4	3	4	3
3	4	3	4	3	4	3	4	3
4	3	4	3	4	3	4	3	4
4	3	4	3	4	3	4	3	4
1	1	2	1	2	2	1	2	1
2	2	3	2	1	2	1	2	2
4	3	4	3	4	3	4	3	4
4	3	4	3	4	3	4	3	4
3	4	3	4	3	4	3	4	3
1	1	2	1	1	2	1	2	2
2	1	2	1	1	2	1	2	1
4	3	4	3	4	3	4	3	4

3	4	3	4	3	4	3	4	3
2	1	2	2	1	1	2	1	1
2	1	1	1	2	1	2	2	1
4	3	4	3	4	3	4	3	4
3	4	3	4	3	4	3	4	3
1	2	2	1	2	1	1	2	2
1	1	2	2	3	1	1	2	1
2	2	1	2	1	2	1	1	1
3	4	3	4	3	4	3	4	3
3	4	3	4	3	4	3	4	3
2	1	2	2	2	2	1	2	1
1	2	1	2	1	2	1	2	2
1	2	2	1	2	1	2	2	2
3	4	3	4	3	4	3	4	3
4	3	4	3	4	3	4	3	4

Lampiran 1. 7 Data Kuesioner Variabel *Green Purchase Intention*

GPI1	GPI2	GPI3	GPI4
4	4	4	4
3	4	4	4
3	3	4	4
3	4	4	4
4	3	4	4
4	3	2	3
4	4	4	3
3	3	3	2
4	4	3	4
3	3	3	4
4	3	4	4
4	3	4	4
4	3	3	3
4	3	3	4
4	4	4	3
3	4	3	3
3	4	2	4
3	3	4	3
4	4	4	3
3	3	3	4
3	3	3	3
4	4	3	4
4	4	3	4
4	4	4	4

3	3	3	4
4	4	4	4
3	3	3	4
3	3	3	3
4	3	4	4
4	4	3	4
3	3	2	2
3	3	4	4
4	4	3	4
4	4	4	3
4	4	4	4
3	3	3	3
4	4	3	3
3	4	3	4
3	3	3	3
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	3
4	3	4	4
3	3	4	3
4	3	3	3
3	4	4	4
4	4	2	3
3	4	4	3
3	4	3	3
4	4	3	3
3	4	3	3
3	4	4	3
2	3	2	3
4	3	4	4
4	4	4	4
2	4	1	2
3	2	3	3
4	3	3	4
4	4	3	4
4	4	3	4
3	3	3	3
4	4	3	3
4	2	3	2
4	3	4	3
4	3	3	3
3	4	3	3
4	4	3	3

3	3	4	4
4	4	4	3
3	4	4	3
4	2	3	3
3	4	2	4
4	3	3	3
4	4	3	4
3	4	4	3
3	4	4	4
4	4	4	3
4	4	3	2
4	4	4	4
4	3	4	4
4	4	3	4
4	4	3	4
3	2	3	3
4	4	4	3
4	4	4	3
4	4	3	3
4	4	3	4
3	4	4	3
4	3	4	4
3	3	3	4
4	3	3	4
3	4	3	4
3	3	4	3
4	4	4	3
4	3	3	4
3	4	3	4
3	3	4	3
4	4	4	3
4	3	3	4
3	4	3	4
3	3	4	3
4	4	4	3
4	3	3	4
2	1	2	2
2	2	1	2
3	3	4	3

4	3	3	3
4	4	3	4
1	2	2	1
1	2	1	1
4	3	3	3
4	4	4	4
2	1	2	2
2	1	2	1
4	3	3	3
4	4	3	4
1	2	1	1
1	2	2	2
1	2	1	2
3	4	3	4
3	4	4	3
2	2	1	1
1	2	1	2
2	1	2	1
3	4	4	4
3	3	4	3

Lampiran 1. 8 Analisis Deskriptif

	No.	Missings	Mean	Median	Min	Max	Standard Deviation
GPV1	1	0	3.208	3.000	1.000	4.000	0.781
GPV2	2	0	3.077	3.000	1.000	4.000	0.790
GPV3	3	0	3.269	3.000	1.000	4.000	0.802
GPV4	4	0	3.238	3.000	1.000	4.000	0.830
GPV5	5	0	3.338	3.000	1.000	4.000	0.770
GPV6	6	0	3.362	3.000	1.000	4.000	0.755
GPV7	7	0	3.254	3.000	1.000	4.000	0.853
SV1	8	0	3.408	4.000	1.000	4.000	0.731
SV2	9	0	3.346	4.000	1.000	4.000	0.791
SV3	10	0	3.208	3.000	1.000	4.000	0.801
SV4	11	0	3.192	3.000	1.000	4.000	0.805
SV5	12	0	3.269	3.000	1.000	4.000	0.772
SV6	13	0	3.000	3.000	1.000	4.000	0.894
GT1	14	0	3.146	3.000	1.000	4.000	0.833
GT2	15	0	3.208	3.000	1.000	4.000	0.762
GT3	16	0	3.238	3.000	1.000	4.000	0.710
GT4	17	0	3.208	3.000	1.000	4.000	0.781
GT5	18	0	3.277	3.000	1.000	4.000	0.785
GT6	19	0	3.246	3.000	1.000	4.000	0.755

GT7	20	0	3.154	3.000	1.000	4.000	0.827
GT8	21	0	3.277	3.000	1.000	4.000	0.702
GT9	22	0	3.231	3.000	1.000	4.000	0.790
GPI1	23	0	3.369	4.000	1.000	4.000	0.796
GPI2	24	0	3.354	4.000	1.000	4.000	0.773
GPI3	25	0	3.208	3.000	1.000	4.000	0.820
GPI4	26	0	3.269	3.000	1.000	4.000	0.802

Lampiran 1. 9 *Outer Loading*

	Green Perceived Value	Green Purchase Intention	Green Trust	Social Value
GPI1		0.849		
GPI2		0.793		
GPI3		0.798		
GPI4		0.827		
GPV1	0.814			
GPV2	0.718			
GPV3	0.788			
GPV4	0.797			
GPV5	0.776			
GPV6	0.764			
GPV7	0.792			
GT1			0.778	
GT2			0.799	
GT3			0.731	
GT4			0.776	
GT5			0.776	
GT6			0.773	
GT7			0.827	
GT8			0.780	
GT9			0.811	
SV1				0.777
SV2				0.740
SV3				0.744
SV4				0.801
SV5				0.831
SV6				0.709

Lampiran 1. 10 *Average Variance Extracted (AVE)*

	Average variance extracted (AVE)
Green Perceived Value	0.607
Green Purchase Intention	0.667
Green Trust	0.614
Social Value	0.590

Lampiran 1. 11 *Cross Loading*

	Green Perceived Value	Green Purchase Intention	Green Trust	Social Value
GPI1	0.771	0.849	0.738	0.782
GPI2	0.714	0.793	0.672	0.636
GPI3	0.686	0.798	0.702	0.676
GPI4	0.701	0.827	0.717	0.692
GPV1	0.814	0.721	0.711	0.723
GPV2	0.718	0.608	0.643	0.637
GPV3	0.788	0.690	0.658	0.747
GPV4	0.797	0.720	0.714	0.715
GPV5	0.776	0.673	0.634	0.661
GPV6	0.764	0.695	0.685	0.688
GPV7	0.792	0.683	0.727	0.685
GT1	0.638	0.653	0.778	0.657
GT2	0.743	0.730	0.799	0.722
GT3	0.641	0.624	0.731	0.602
GT4	0.714	0.673	0.776	0.704
GT5	0.637	0.674	0.776	0.684
GT6	0.711	0.666	0.773	0.702
GT7	0.706	0.725	0.827	0.713
GT8	0.680	0.646	0.780	0.645
GT9	0.705	0.711	0.811	0.756
SV1	0.717	0.684	0.671	0.777
SV2	0.699	0.667	0.662	0.740
SV3	0.672	0.630	0.648	0.744
SV4	0.732	0.663	0.711	0.801
SV5	0.687	0.703	0.735	0.831
SV6	0.593	0.584	0.614	0.709

Lampiran 1. 12 Composite Reliability

	<i>Composite Reliability</i>
Green Perceived Value	0.915
Green Purchase Intention	0.889
Green Trust	0.935
Social Value	0.896

Lampiran 1. 13 Cronbach's Alpha

	<i>Cronbach's Alpha</i>
Green Perceived Value	0.892
Green Purchase Intention	0.834
Green Trust	0.921
Social Value	0.860

Lampiran 1. 14 R-Square

	<i>R-Square</i>
Green Purchase Intention	0.815
Green Trust	0.812

Lampiran 1. 15 Q-Square

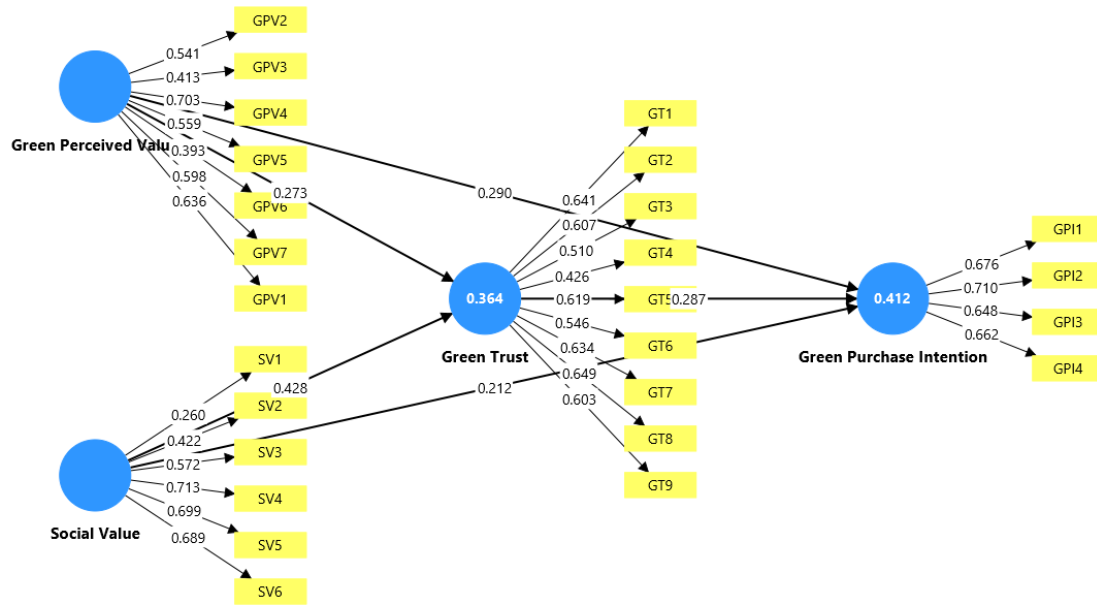
	Q²predict		MAE
Green Purchase Intention	0.795	0.470	0.359
Green Trust	0.815	0.449	0.320

Lampiran 1. 16 F-Square

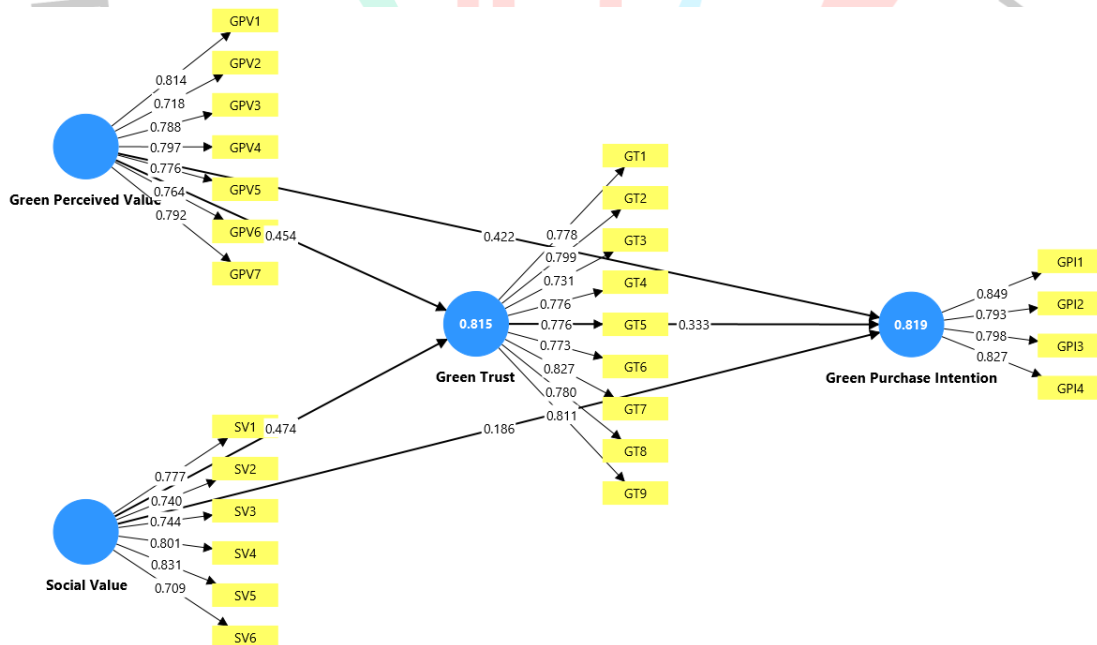
	Green Perceived Value	Green Purchase Intention	Green Trust	Social Value
Green Perceived Value		0.165	0.229	
Green Purchase Intention				
Green Trust		0.114		
Social Value		0.031	0.249	

Lampiran 1. 17 Model Konseptual

Sebelum Penambahan dan Pergantian Responden



Sesudah Penambahan dan Pergantian Responden



Lampiran 1. 18 Uji Hipotesis

	<i>Original sample (O)</i>	<i>Sample mean (M)</i>	<i>Standard deviation (STDEV)</i>	<i>T statistics (O/STDEV)</i>	<i>P values</i>
Green Perceived Value -> Green Purchase Intention	0.573	0.575	0.109	5.241	0.000
Green Perceived Value -> Green Trust	0.454	0.456	0.110	4.139	0.000
Green Trust - > Green Purchase Intention	0.333	0.330	0.118	2.833	0.005
Social Value - > Green Purchase Intention	0.344	0.341	0.115	2.979	0.003
Social Value - > Green Trust	0.474	0.470	0.113	4.185	0.000
Social Value - > Green Trust -> Green Purchase Intention	0.158	0.155	0.067	2.353	0.019
Green Perceived Value -> Green Trust - > Green Purchase Intention	0.151	0.152	0.067	2.247	0.025

Nama Mahasiswa*	: Sabina Siti Sholeha		
Prodi/NIM	: Manajemen / 2021021062		
Judul Skripsi/TA	: Pengaruh <i>Green Perceived Value</i> dan <i>Social Value</i> Terhadap <i>Green Purchase Intention</i> Melalui Mediasi <i>Green Trust</i> pada Motor Listrik		
Dosen Pembimbing	: Dr. Dede Suleman, S.E., M.M., CMA		
Dosen Penguji	1. Dr. Yohanes Totok Suyoto, S.S., M.Si., CPA.	JAD:	Lektor
	2. Dr. Mohamad Zein Saleh, S.H., M.M.	JAD:	Lektor
Jadwal Sidang	: (25 Juni – 4 Juli 2025)		

No	Syarat	Ya	Tidak
1	IPK minimal 2.00	√	
2	Tidak ada nilai D untuk mata kuliah mayor/inti Prodi	√	
3	MK Skripsi/TA tercantum di BRS semester berjalan	√	
4	Lulus minimal 1 mata kuliah KOTA untuk tiap rumpun	√	
5	SPT-I/03/SOP-28/F-03 Formulir Pembimbingan Skripsi (minimal 8 x)	√	
6	Poin JSDP (minimal 75% persen dari syarat kelulusan)	√	
7	Mengumpulkan dokumen Skripsi/TA (sesuai ketentuan Prodi)	√	

Mengajukan	Mengetahui	Memeriksa	Menyetujui
			
Sabina Siti Sholeha	Dr. Dede Suleman, S.E., M.M., CMA	Dr. Yusuf Iskandar, S.Si., M.M.	Dr. Dede Suleman, S.E., M.M., CMA

Lampiran 1. 20 Form Penulisan Skripsi

 Universitas Pembangunan Jaya	FORMULIR PERSETUJUAN PENULISAN SKRIPSI/TA	SPT-I/03/SOP-28/F-02
		 Dr. Dede Suleman

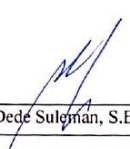
Nama Mahasiswa : Sabina Siti Sholeha
 Prodi/NIM : Manajemen / 2021021062
 Judul Skripsi/TA yang diajukan : Pengaruh *Green Perceived Value* dan *Social Value* Terhadap *Green Purchase Intention* Melalui Mediasi *Green Trust* pada Motor Listrik

Telah disetujui untuk menulis Skripsi/TA.

Dosen Pembimbing Skripsi/TA yang ditugaskan Prodi adalah:

No	Nama	NIDN	JAD
1	Dr. Dede Suleman, S.E., M.M., CMA.	0310058503	Lektor Kepala

Tangerang Selatan, 15 Mei 2025

Menugaskan,	Menyetujui,	Menerima,
		
Dr. Yusuf Iskandar, S.Si., M.M.	Dr. Dede Suleman, S.E., M.M., CMA.	Dr. Dede Suleman, S.E., M.M., CMA.

Lampiran 1. 21 Form Persetujuan Penulisan Skripsi

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI

**Pengaruh *Green Perceived Value* dan *Social Value*
Terhadap *Green Purchase Intention* Melalui Mediasi
Green Trust pada Motor Listrik**

Nama : Sabina Siti Sholeha
NIM : 2021021062
Program Studi : Manajemen

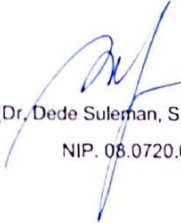
Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Skripsi guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata Satu pada Program Studi Manajemen, Fakultas Humaniora Dan Bisnis, Universitas Pembangunan Jaya.

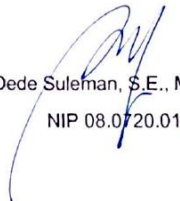
Tangerang Selatan, 16 Juni 2025

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Kepala Program Studi Manajemen


(Dr. Dede Suleman, S.E., M.M., CMA)
NIP. 08.0720.014


(Dr. Dede Suleman, S.E., M.M., CMA)
NIP 08.0720.014

Lampiran 1. 22 Formulir Bimbingan Skripsi/TA

	FORMULIR PEMBIMBINGAN SKRIPSI/TA	SPT-1/03/SOP-28/F-03
		No. Rekaman

Nama Mahasiswa : Sabina Siti Sholeha
 Prodi/NIM : 2021021062
 Judul Skripsi/TA yang diajukan : Pengaruh Green Perceived Value dan Social Value terhadap Green Purchase Intention Melalui Mediasi Green Trust

No	Tanggal	Materi Pembimbingan	Paraf Mahasiswa	Paraf Dosen Pembimbing
1	21 Februari 2025	Fenomena		
2	5 Maret 2025	Bab 1		
3	19 Maret 2025	Bab 1		
4	16 April 2025	Bab 1, Bab 2		
5	17 April 2025	Bab 2 dan Bab 3		
6	21 April 2025	Bab 2 dan Bab 3		
7	12 Jun 2025	Bab 4		
8	16 Jun 2025	Bab 4 dan Bab 5		

* Jika pembimbingan lebih dari minimal 8 kali, mohon membuat salinan formulir ini

	
Sabina Siti Sholeha	Dr. Dede Suleman, S.E., M.M., CMA.

Lampiran 1. 23 Bimbingan MyUPJ

NIM	2021021062	Nama Mahasiswa	SABINA SITI SHOLEHA
Program Studi	Manajemen	Jenis TA	Skripsi
SKS Lulus	139 SKS	Tgl. Pengajuan	16 April 2025
Judul Diajukan	Pengaruh Green Perceived Value dan Social Value terhadap Green Purchase Intention melalui Mediasi Green Trust pada Kendaraan Listrik		

Data tidak bisa diubah, **Status Pengajuan** proposal sudah **Disetujui**

No	Tanggal	Pembimbing Proposal	Topik	Disetujui	Aksi
1	21 Februari 2025	Dr. Dede Suleman, S.E., M.M.,CMA.	Fenomena	✓	
2	5 Maret 2025	Dr. Dede Suleman, S.E., M.M.,CMA.	Bab 1	✓	
3	19 Maret 2025	Dr. Dede Suleman, S.E., M.M.,CMA.	Bab 1	✓	
4	16 April 2025	Dr. Dede Suleman, S.E., M.M.,CMA.	Bab 1 dan Bab 2	✓	
5	17 April 2025	Dr. Dede Suleman, S.E., M.M.,CMA.	Bab 2 & Bab 3	✓	
6	21 April 2025	Dr. Dede Suleman, S.E., M.M.,CMA.	Bab 2 & Bab 3	✓	

NIM	2021021062	Nama Mahasiswa	SABINA SITI SHOLEHA
Program Studi	Manajemen	Jenis TA	Skripsi
Periode Mulai	2024/2025 Genap	SKS Lulus	139 SKS
Tgl. Mulai	26 Mei 2025	Judul Tugas Akhir	Pengaruh Green Perceived Value dan Social Value terhadap Green Purchase Intention melalui Mediasi Green Trust pada Kendaraan Listrik
Tahap	Seminar Hasil	Status	Aktif

No	Tanggal	Dosen Pembimbing	Topik	Disetujui	Aksi
7	12 Juni 2025	Dr. Dede Suleman, S.E., M.M.,CMA.	Bab 4	✓	
8	16 Juni 2025	Dr. Dede Suleman, S.E., M.M.,CMA.	Bab 4 & Bab 5	✓	

Lampiran 1. 24 Daftar Riwayat Hidup



SABINA SITI SHOLEHA

08159935166 | sabinastish@gmail.com | Gg. Anggur VI Jl. Pahlawan, Rempoa, Kec. Ciputat Timur,
Kota Tangerang Selatan, Banten 15412

A Marketing management students who have organisational experience on campus and freelance as content creators, have an interest in digital marketing and business management, and are active in campus activities.

Education Level

Universitas Pembangunan Jaya – South Tangerang, Banten <i>Undergraduate in Marketing Management, 3.68/4.00</i>	2021 – Present
SMKN 18 Jakarta – South Jakarta, DKI Jakarta <i>Major in Online Business and Marketing</i>	2018 – 2021

Work Experiences

PT. Unilab Perdana – South Jakarta, DKI Jakarta <i>Training & Certification Intern</i> - Served as Master of Ceremony for both online and offline training sessions - Prepared training documents, including pre-tests, post-tests, attendance sheets, and feedback surveys - Designed and edited training flyers to support effective communication and promotion - Produced training documentation videos, handling both video capture and editing - Managed participant administration to support assessment and certification processes - Coordinated with assessors and training participants to ensure clarity and readiness for assessment	Jan 2025 - Present
Edental by PT. Bangun Senyum Indonesia – Central Jakarta, DKI Jakarta <i>Marketing Communications Intern</i> - Approached communities and universities to establish partnerships - Updated promotional content on Google Maps for multiple Edental branches - Identified and contacted Key Opinion Leaders (KoLs) and affiliates to build collaborations - Monitored and managed Google Reviews to maintain Edental's online reputation - Uploaded and optimized video content for Edental's YouTube channel	Jan 2025 - Apr 2025
PT. PINTAR PEMENANG ASIA – Central Jakarta, DKI Jakarta <i>Learning & Content</i> - Design training programs, training materials, and quizzes for the Prakerja Program - Prepare training submission documents - Create training content	Feb 2024 - Jun 2024
Tana Kopi – South Jakarta, DKI Jakarta <i>Content Creator</i> - Develop a content plan that will be posted on Instagram and Tiktok @tanakopi.id - Produce content by setting up content attributes and talents, leading directly to the content editing stage. - Prepare copywriting for all content-related purposes such as content and captions	Okt 2023 - Dec 2023

Event Experience

Pekan Raya Manajemen (PRM) UPJ 2024 <i>Head of Public Relations Division</i> - Lead social media management for Instagram and TikTok (@prm.upj). - Oversee and assist with copywriting, including broadcast text, email body, and promotional content captions. - Oversee and assist with the development of content plans for Instagram and TikTok (@prm.upj). - Facilitate and maintain strong communication with internal and external partners.	Jan 2024 - Jun 2024
Studi Banding Eksternal Himpunan Mahasiswa Manajemen (2024) <i>Coordinator of Design, Documentation and Publication</i> - Documenting activities through photos and videos to capture important moments and maintain a comprehensive record of the event - Designing materials such as posters, banners, cue cards, certificates, and other visual assets needed for the event - Planning and conceptualizing content to align with the event's goals, ensuring it was informative and engaging - Creating a content plan to structure and streamline communication and promotional efforts for the event	Jan 2024 - Feb 2024

Latihan Kepemimpinan dan Manajemen Organisasi (LKMO) 2022

Mar 2022 - Jun 2022

Events Division Staff

- Organizing a series of events
- Prepare the necessities needed during the event
- Responsible for overseeing the entire series of events

Organizational Experience

Himpunan Mahasiswa Manajemen UPJ – South Tangerang, Banten

Aug 2023 - Aug 2024

Head of Creative Information Media Department

- Organise and ensure the performance of department members
- Manage Instagram and Tiktok accounts as media for publication, promotion and information about campus news and management majors
- Creating a content plan for Instagram and Tiktok @hmm_upj
- Create content published on Instagram and Tiktok @hmm_upj
- Creating captions for posts published on the @hmm_upj Instagram account

Himpunan Mahasiswa Manajemen UPJ - South Tangerang, Banten

Aug 2022 - Aug 2023

Deputy Head of Resources Division Member

- Creating and managing human resources for student association performance
- Organize events to increase the knowledge and skills of management students

Skills & Other Experience

- **Hard Skills:** Canva, Capcut, Microsoft Office, Microsoft Excel
- **Soft Skills:** Team Work, Time Management, Detail Oriented, Communication, Negotiations, Creative Thinking, Analytical Thinking