



Lampiran 1 Instrumen Penelitian

A. Profil Responden

1. Jenis Kelamin: (...) Laki-laki
(...) Perempuan
2. Usia: (...) <15 tahun
(...) 15-20 tahun
(...) 21-25 tahun
(...) 26-30 tahun
(...) 31-35 tahun
(...) 36-40 tahun
(...) 41-45 tahun
(...) 46-50 tahun
(...) 51-55 tahun
(...) 56-60 tahun
(>60 tahun)
3. Pekerjaan: (...) Pelajar/Mahasiswa
(...) Pegawai Swasta
(...) Pegawai Negeri Sipil (PNS)
(...) Wirausaha
(...) Tenaga Pendidik (Dosen/Guru)
(...) Lainnya
4. Pendapatan Bulanan: (...) <Rp1.500.000
(...) Rp1.500.001 – Rp3.000.000
(...) Rp3.000.0001 – Rp4.500.000
(...) Rp4.500.001 – Rp6.000.000
(...) >Rp6.000.001
5. Pendidikan Terakhir: (...) SMA/SMK/Sederajat

(...) Diploma (D1/D2/D3)

(...) Sarjana (S1)

(...) Magister (S2)

(...) Doktor (S3)

B. Skala Pengukuran

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

N = Netral

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

C. Kuesioner Penelitian

<i>Green Marketing (X1)</i>					
Pernyataan	Pilihan Jawaban				
	STS	TS	N	S	SS
Avoskin menyediakan produk-produk yang ramah lingkungan (GM1)					
Produk Avoskin menggunakan bahan baku yang alami dan tidak menggunakan bahan kimia berbahaya (GM2)					
Saya merasa harga produk yang ditetapkan Avoskin sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan produk sejenis lainnya, karena sesuai dengan nilai-nilai lingkungan yang diusungnya (GM3)					
Saya merasa harga produk Avoskin mencerminkan kualitas dan keberlanjutan produk tersebut (GM4)					
Avoskin memprioritaskan penggunaan saluran distribusi yang ramah lingkungan (GM5)					
Avoskin menggunakan paket pengiriman ramah lingkungan, seperti penggunaan kemasan daur ulang (GM6)					
Saya merasa iklan-iklan dari Avoskin mendukung pesan-pesan ramah lingkungan.					

(GM7)					
Saya merasa Avoskin menggunakan gambar dan kata-kata yang menggambarkan kepedulian terhadap lingkungan dalam materi pemasarannya. (GM8)					

<i>Green Brand Image (X2)</i>					
Pernyataan	Pilihan Jawaban				
	STS	TS	N	S	SS
Avoskin memiliki kredibilitas atau reputasi tinggi dalam mempertahankan komitmennya terhadap lingkungan (GBI1)					
Avoskin secara transparan memberitahu masyarakat tentang cara mereka melindungi lingkungan (GBI2)					
Avoskin mempunyai reputasi yang baik terhadap lingkungan (GBI3)					
Avoskin merupakan brand yang selalu memprioritaskan keberlanjutan lingkungan (GBI4)					
Avoskin berhasil dalam menjaga lingkungan dengan praktik bisnisnya (GBI5)					
Program lingkungan yang diselenggarakan Avoskin telah memberikan dampak positif yang nyata (GBI6)					
Avoskin menunjukkan kepedulian yang					

tinggi terhadap lingkungan dalam produk-produknya. (GBI7)					
Avoskin secara aktif terlibat dalam kampanye pelestarian lingkungan (GBI8)					
Avoskin dianggap dapat dipercaya dalam menjaga kelestarian lingkungan dengan memenuhi janji-janjinya (GBI9)					
Produk Avoskin dibuat dengan mempertimbangkan dampaknya pada lingkungan (GBI10)					

Environmental Awareness (X3)					
Pernyataan	Pilhan Jawaban				
	STS	TS	N	S	SS
Saya memiliki pemahaman yang baik mengenai masalah-masalah lingkungan saat ini (EA1)					
Saya mengerti dampak penggunaan bahan kimia dalam produk kecantikan atau perawatan diri terhadap lingkungan (EA2)					
Saya merasa peduli dan bertanggung jawab dalam menjaga lingkungan (EA3)					
Saya mendukung upaya Avoskin dalam memproduksi produk yang ramah lingkungan (EA4)					
Saya lebih memilih produk yang ramah lingkungan saat berbelanja (EA5)					

Saya telah menerapkan praktik hidup yang ramah lingkungan dalam penggunaan produk kecantikan atau perawatan diri sehari-hari (EA6)					
--	--	--	--	--	--

<i>Green Purchase Decision (Y)</i>					
Pernyataan	Pilihan Jawaban				
	STS	TS	N	S	SS
Saya cenderung memilih produk yang memiliki klaim atau label ramah lingkungan seperti Avoskin (GPD1)					
Saya lebih memprioritaskan pembelian produk yang diproduksi dengan menggunakan bahan-bahan yang ramah lingkungan seperti Avoskin (GPD2)					
Saya berniat untuk meningkatkan pembelian atau penggunaan produk ramah lingkungan di masa depan seperti produk Avoskin (GPD3)					
Saya berniat untuk mengurangi penggunaan produk yang berdampak negatif terhadap lingkungan dan beralih ke produk yang lebih ramah lingkungan (GPD4)					
Saya bersedia membayar lebih untuk produk ramah lingkungan seperti Avoskin (GPD5)					
Saya merasa harga produk ramah					

lingkungan sepadan dengan manfaat lingkungan yang diberikan (GPD6)					
Saya akan merekomendasikan produk yang ramah lingkungan kepada keluarga, teman, atau kolega saya (GPD7)					
Saya yakin jika produk ramah lingkungan seperti Avoskin layak untuk direkomendasikan kepada orang lain (GPD8)					



Lampiran 2 Tabulasi Data Variabel *Green Marketing* (X1)

GM1	GM2	GM3	GM4	GM5	GM6	GM7	GM8	TOTAL_X1
3	3	4	3	3	3	3	4	26
4	3	4	4	4	3	4	3	29
3	3	4	4	4	3	3	4	28
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	5	5	4	5	4	36
4	3	5	4	4	3	4	4	31
4	5	5	5	5	5	5	5	39
5	5	4	5	5	5	5	5	39
3	4	5	3	3	4	3	4	29
4	4	3	5	4	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	4	4	38
3	3	3	4	3	3	3	4	26
5	5	5	5	4	4	5	5	38
5	4	4	5	4	4	4	5	35
4	4	4	3	4	3	4	4	30
4	4	4	5	4	5	4	4	34
4	3	4	4	4	4	5	5	33
4	5	4	4	4	4	4	4	33
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	4	3	4	4	5	5	4	32
5	5	5	5	5	5	4	5	39
4	4	5	4	3	5	4	5	34
3	4	4	4	4	4	3	4	30
4	5	5	5	4	5	5	5	38
3	4	4	4	3	3	4	4	29
4	4	3	5	4	4	4	4	32
4	4	3	5	4	3	3	3	29
4	4	4	4	4	5	4	5	34
5	5	2	5	5	5	5	4	36
4	5	5	2	4	5	4	4	33
3	4	4	4	3	3	2	2	25
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	5	3	4	5	3	4	33
4	4	5	5	4	4	4	5	35
4	5	4	4	5	5	4	4	35
5	4	4	4	5	5	4	4	35
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	5	4	4	5	5	5	37
4	5	4	5	5	4	5	5	37
4	5	4	5	5	5	5	5	38
3	4	4	4	4	3	3	3	28
4	3	5	4	4	5	4	5	34
3	3	4	4	3	3	3	3	26
5	4	4	5	5	5	4	5	37
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	5	4	5	5	5	4	37
4	4	4	5	3	4	5	5	34
4	4	5	5	4	4	2	3	31
4	4	4	5	3	3	4	4	31

3	3	4	4	3	3	4	4	28
3	3	4	3	3	3	4	2	25
3	4	4	4	4	4	3	3	29
4	4	2	5	3	4	4	5	31
4	4	4	3	3	3	3	3	27
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	5	5	4	3	3	3	31
4	4	5	5	4	4	5	5	36
4	4	5	5	4	4	5	5	36
4	4	5	5	4	4	2	2	30
4	5	4	4	4	4	4	4	33
3	4	4	5	3	5	4	4	32
4	5	5	4	5	4	4	5	36
5	5	4	5	5	5	5	5	39
5	5	5	5	5	5	5	4	39
4	4	4	4	4	5	4	4	33
3	4	5	5	4	3	4	3	31
4	4	3	4	3	4	3	3	28
4	3	3	5	2	3	1	2	23
3	4	5	4	3	5	4	4	32
4	4	4	5	4	4	5	5	35
4	3	5	5	5	3	3	4	32
4	5	2	5	4	5	4	5	34
4	4	2	4	4	5	4	5	32
4	3	4	4	4	5	5	5	34
5	5	4	4	4	3	5	5	35
4	4	5	5	4	5	4	3	34
5	5	4	5	4	5	5	4	37
4	5	3	4	5	5	5	5	36
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	5	4	4	4	4	4	33
4	5	2	4	4	2	4	3	28
4	4	3	5	5	5	4	4	34
4	4	4	4	5	5	4	4	34
5	4	4	5	4	3	3	4	32
5	5	5	4	4	5	5	5	38
4	5	4	4	5	3	4	5	34
3	5	5	3	3	5	3	4	31
5	5	4	4	4	5	3	3	33
3	3	4	3	3	3	3	3	25
4	5	5	5	4	4	2	2	31
5	5	2	5	4	3	3	3	30
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	4	5	5	4	5	5	37
4	5	4	4	5	4	5	5	36
4	4	5	4	5	4	3	3	32
3	3	4	4	4	5	2	3	28
5	4	4	5	4	5	5	4	36
5	4	4	5	4	4	4	4	34
3	4	2	4	4	4	3	3	27
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	4	5	4	4	4	4	32
4	5	5	5	4	4	4	5	36
4	4	5	4	5	5	4	5	36

5	4	5	4	4	5	4	5	36
5	4	4	4	4	5	4	4	34
5	4	5	5	5	4	5	4	37
4	5	4	5	5	4	5	5	37
4	4	4	4	4	4	3	3	30
4	4	5	4	4	4	3	5	33
5	4	5	5	4	4	4	4	35
5	4	5	4	4	5	4	5	36
4	5	4	5	4	4	5	5	36
5	4	4	5	4	5	5	4	36
5	4	4	5	4	4	5	4	35
5	5	4	5	5	5	4	5	38
4	4	5	4	3	4	4	3	31
5	4	5	5	4	4	4	4	35
4	3	5	4	5	5	5	4	35
4	5	4	5	4	5	5	5	37
5	4	4	5	5	5	4	5	37
5	4	5	5	4	4	5	4	36
3	3	3	3	3	3	3	3	24
5	4	4	5	4	3	5	4	34
4	4	3	3	4	4	4	4	30
3	4	2	4	3	2	3	3	24
4	5	4	5	5	5	5	5	38
4	4	5	4	5	4	5	4	35
4	4	5	3	4	2	2	2	26
5	4	4	4	4	4	5	4	34
5	5	5	5	2	2	5	2	31
4	4	5	4	4	5	4	5	35
4	4	3	5	4	4	3	4	31
4	4	4	4	5	4	4	5	34
4	4	5	4	5	5	4	5	36
4	3	4	5	5	4	4	5	34
5	4	4	5	3	5	4	4	34
5	3	4	4	5	5	4	4	34
4	5	4	4	5	4	4	5	35
4	4	5	5	5	5	4	5	37
4	4	4	4	4	5	4	4	33
4	5	5	5	5	5	4	5	38
4	4	4	4	4	4	4	4	32

Lampiran 3 Tabulasi Data Variabel *Green Brand Image* (X2)

GBI1	GBI2	GBI3	GBI4	GBI5	GBI6	GBI7	GBI8	GBI9	GBI10	TOTAL_X2
3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	28
3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	35
4	4	4	5	5	4	3	4	3	4	40
5	4	4	3	3	3	4	4	4	4	38
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	44
4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	43
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	37
4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	46
5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	47
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	37
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	5	4	3	3	5	3	3	4	39
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	47
4	4	4	4	4	3	5	4	3	4	39
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	32
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
4	4	5	3	4	4	5	5	5	4	43
4	4	5	5	4	4	5	3	4	4	42
5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	47
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	31
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	44
5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	46
5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	44
4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	44
5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	46
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	43
4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	46
3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	31
5	4	5	4	5	4	4	3	5	4	43
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
5	4	5	5	3	3	4	5	5	5	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	3	3	4	4	4	5	5	5	4	41
5	4	4	5	5	3	4	4	5	5	44
4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	37
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	34

3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	29
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	5	3	5	5	5	3	4	4	42
4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	34
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
4	4	5	5	4	3	4	4	3	5	41
5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	45
4	2	3	4	4	4	5	5	4	4	39
4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	44
3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	34
4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	44
4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	40
5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	44
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	34
3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	33
4	5	3	4	3	3	4	5	4	5	40
4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
4	4	4	4	5	3	5	4	3	3	39
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	44
4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	37
5	3	4	5	4	4	5	4	5	5	44
4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	44
5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	46
5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	48
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	4	5	4	5	4	4	3	4	42
4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	43
4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	43
4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	44
5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	45
4	5	5	4	3	4	5	5	4	5	44
4	5	5	5	4	4	3	5	4	5	44
4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	35
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	2	4	2	3	2	5	4	4	5	35
4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	44
3	2	4	5	4	5	4	4	5	4	40
3	4	5	4	4	5	4	4	5	5	43
4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	44
4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	45
5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	43
3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	33
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
5	4	5	5	4	5	4	5	5	3	45
5	4	4	3	4	4	5	5	4	3	41
4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	43

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	46
5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	47
4	3	2	4	4	4	4	3	4	3	35
5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	43
5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	44
5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	45
5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	48
4	5	5	4	4	5	4	5	5	3	44
5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	43
5	3	5	5	4	5	5	4	4	4	44
4	4	4	3	4	2	4	5	3	4	37
5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	44
5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	46
5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	45
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	45
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	4	5	4	3	5	4	3	4	5	40
5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	47
3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	35
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	45
3	3	4	2	4	2	3	2	3	4	30
5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	46
5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	48
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
4	3	4	4	4	5	3	4	4	4	39
4	5	4	4	4	4	5	3	3	4	40
4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	46
4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	46
4	5	5	4	4	3	5	5	4	5	44
4	5	4	4	2	3	4	4	4	4	38
5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	45
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	46
5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

Lampiran 4 Tabulasi Data Variabel *Environmental Awareness* (X3)

EA1	EA2	EA3	EA4	EA5	EA6	TOTAL_X3
5	5	5	5	3	3	26
4	4	4	5	3	3	23
3	3	4	4	4	4	22
5	3	5	5	5	5	28
4	4	5	5	4	4	26
4	4	5	5	2	3	23
4	4	4	3	4	4	23
4	5	4	4	3	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	5	4	3	25
5	5	5	5	3	5	28
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	3	3	22
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	5	4	4	26
3	4	3	5	4	3	22
4	5	4	4	4	4	25
4	4	4	5	5	5	27
5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	5	4	4	26
4	4	4	4	5	4	25
3	5	3	5	4	5	25
3	4	4	4	4	4	23
4	5	5	5	5	5	29
4	4	4	4	3	3	22
3	2	3	4	4	3	19
4	5	3	4	4	3	23
4	5	4	4	3	3	23
4	5	5	5	5	5	29
5	5	5	5	4	3	27
4	4	4	5	3	3	23
5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	4	5	5	28
4	5	5	5	4	4	27
4	5	5	4	4	5	27
5	5	4	4	5	4	27
4	5	4	5	4	4	26
5	5	5	5	4	5	29
5	5	5	5	4	4	28
4	4	4	5	4	4	25
4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	4	5	4	24
4	4	5	5	4	3	25
3	4	4	5	4	3	23
4	5	5	5	5	5	29
4	5	3	5	3	3	23
3	3	4	5	3	2	20
5	4	5	5	5	4	28
4	4	4	4	3	4	23
3	2	4	5	5	4	23
5	5	5	4	5	5	29

3	3	4	4	4	4	22
3	5	5	5	5	5	28
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	5	4	4	27
4	5	5	4	4	5	27
4	5	4	4	5	4	26
4	4	5	5	5	4	27
4	5	5	5	4	4	27
5	5	5	4	4	4	27
4	4	5	5	4	4	26
4	5	5	5	4	3	26
4	3	5	5	3	4	24
5	4	5	5	5	3	27
4	4	4	4	3	3	22
5	5	4	5	4	4	27
5	4	4	5	5	4	27
4	5	5	5	5	5	29
5	4	5	4	5	5	28
4	5	4	5	3	4	25
5	4	4	5	4	5	27
3	4	4	5	3	4	23
4	4	5	5	3	4	25
3	5	5	5	5	5	28
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	3	3	3	18
3	3	4	4	4	4	22
4	5	4	4	5	4	26
4	4	5	4	5	4	26
4	5	4	5	5	4	27
4	4	5	4	4	4	25
4	4	5	4	5	4	26
5	5	5	4	4	4	27
2	3	4	5	5	4	23
4	5	3	3	4	5	24
4	3	3	4	4	4	22
3	4	4	4	4	3	22
5	4	5	4	2	2	22
4	5	5	5	3	4	26
5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	5	5	4	28
2	4	4	5	4	5	24
4	5	4	4	5	4	26
4	4	5	4	4	4	25
4	4	5	5	4	4	26
5	5	5	5	5	4	29
4	5	4	5	4	3	25
3	4	4	4	4	4	23
5	4	5	5	5	5	29
5	4	5	3	4	3	24
4	5	4	3	4	4	24
4	5	4	4	5	4	26
3	4	4	5	4	4	24

4	4	5	5	4	5	27
5	5	5	5	4	4	28
4	4	5	5	5	5	28
5	5	5	4	5	5	29
4	5	5	4	5	5	28
5	5	4	5	5	5	29
5	5	4	5	5	5	29
4	5	4	5	2	2	22
5	4	4	5	4	4	26
5	5	5	5	5	4	29
4	5	4	5	3	4	25
4	5	4	5	5	5	28
5	5	4	5	5	4	28
4	5	5	5	4	4	27
4	4	4	4	4	3	23
4	5	4	5	4	5	27
3	3	3	3	3	3	18
4	3	5	5	4	4	25
5	3	5	4	5	5	27
4	4	4	5	5	4	26
4	5	5	5	5	5	29
4	5	5	4	4	4	26
3	5	5	4	2	2	21
4	4	5	5	4	4	26
5	5	5	4	5	5	29
5	4	5	4	5	4	27
5	4	4	5	4	4	26
5	5	4	5	5	4	28
4	5	4	5	5	4	27
4	5	5	4	4	5	27
5	5	4	4	5	5	28
4	4	5	4	3	3	23
4	4	5	4	5	4	26
2	4	5	5	5	4	25
4	4	5	5	4	3	25
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30

Lampiran 5 Tabulasi Data Variabel *Green Purchase Decision* (Y)

GDP1	GDP2	GDP3	GDP4	GDP5	GDP6	GDP7	GDP8	TOTAL_Y
4	5	5	5	5	5	5	3	37
4	3	4	4	3	4	4	4	30
4	3	3	4	3	4	4	4	29
5	5	5	5	4	5	5	5	39
3	4	4	5	5	4	4	4	33
4	4	4	4	5	4	4	4	33
5	4	4	4	5	5	4	4	35
5	4	3	5	4	4	3	3	31
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	5	5	4	4	5	5	36
5	4	4	5	5	5	5	5	38
4	5	4	4	5	5	5	5	37
3	3	3	4	3	3	3	3	25
5	5	5	5	4	4	5	5	38
5	5	5	5	5	5	5	4	39
4	4	4	5	3	4	4	4	32
2	2	4	4	4	5	4	5	30
4	4	5	5	4	4	4	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	5	5	4	5	5	5	37
5	5	5	4	5	5	4	5	38
5	4	5	4	5	4	5	5	37
3	4	4	4	3	3	3	3	27
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	3	3	4	4	4	3	3	27
3	3	4	4	3	4	4	4	29
3	4	4	5	4	4	5	5	34
2	3	4	4	4	4	5	4	30
4	5	5	5	4	5	5	5	38
5	5	2	5	2	5	5	4	33
4	4	4	4	4	3	3	4	30
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	4	5	5	5	39
3	4	3	4	4	4	4	4	30
5	4	5	4	5	4	5	4	36
4	4	5	5	4	3	4	5	34
4	5	4	5	4	4	5	4	35
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	5	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	5	4	4	4	5	35
3	3	3	4	3	3	3	3	25
4	4	5	5	4	5	4	5	36
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	4	4	4	3	4	5	5	32
3	4	5	4	4	4	5	5	34
4	4	5	5	3	4	4	5	34
3	3	4	4	4	4	4	4	30
4	3	4	5	5	5	4	4	34
3	3	4	5	3	5	3	3	29

4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	4	5	5	39
4	4	4	4	3	4	4	4	31
3	4	4	4	3	4	4	4	30
5	5	5	5	4	5	5	5	39
5	4	4	5	4	4	3	5	34
4	4	4	5	5	4	4	5	35
4	5	4	5	4	4	4	4	34
5	5	5	4	4	5	4	4	36
3	4	5	4	4	4	3	4	31
4	4	4	5	5	5	5	4	36
4	5	5	5	5	5	5	5	39
4	4	5	4	3	4	4	5	33
3	4	4	4	4	4	5	5	33
5	4	5	5	4	3	3	5	34
3	3	3	4	3	4	4	4	28
5	4	4	4	3	4	5	5	34
5	4	5	4	4	5	4	5	36
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	4	5	5	5	5	4	38
3	4	5	4	5	4	3	4	32
4	4	5	5	4	5	4	5	36
4	4	5	4	3	4	4	4	32
4	4	5	5	4	5	5	4	36
5	5	5	5	4	4	5	5	38
5	5	5	5	4	5	5	5	39
5	5	5	5	4	5	4	5	38
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	3	3	3	3	3	27
4	4	5	4	4	4	4	4	33
5	4	4	4	5	5	4	5	36
4	5	4	4	5	4	4	5	35
4	4	5	4	4	4	5	5	35
5	4	4	5	4	4	5	5	36
5	5	4	4	5	5	5	5	38
4	5	4	4	5	3	4	5	34
5	5	5	3	4	4	4	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	3	4	4	3	4	3	29
1	2	5	4	2	3	5	5	27
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	4	4	4	5	5	4	35
4	5	5	4	5	4	4	5	36
3	4	4	5	4	4	5	4	33
4	4	3	4	5	3	4	5	32
4	5	5	4	4	5	5	4	36
4	4	3	4	3	4	5	4	31
4	4	5	4	4	4	3	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	4	5	4	4	4	5	36
4	5	3	4	4	5	4	5	34
4	4	5	4	4	5	5	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32

5	4	5	5	5	5	4	5	38
4	5	5	5	5	5	4	5	38
4	5	5	5	2	2	2	3	28
5	5	5	4	4	5	3	5	36
4	4	5	4	5	5	4	5	36
4	4	5	5	5	5	4	5	37
5	5	5	5	4	5	5	5	39
2	2	2	4	5	5	4	5	29
5	4	5	4	4	5	4	4	35
5	5	5	4	2	4	5	5	35
2	4	3	4	3	3	2	4	25
4	4	5	4	4	5	5	4	35
4	5	4	5	4	5	4	5	36
4	4	4	5	4	4	5	5	35
4	4	4	4	4	4	5	5	34
5	4	5	4	4	5	4	5	36
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	5	5	3	4	4	3	5	33
5	4	5	4	5	5	5	4	37
4	4	4	5	3	4	4	4	32
5	5	5	5	4	5	4	5	38
4	5	5	4	5	4	5	5	37
2	4	5	5	2	4	5	4	31
5	5	4	4	4	5	5	4	36
2	5	5	5	5	5	5	5	37
4	5	4	5	4	5	4	5	36
4	5	4	5	4	5	5	5	37
5	5	4	5	4	4	5	4	36
5	5	4	5	4	5	4	5	37
5	5	4	4	3	5	5	5	36
4	5	4	5	4	5	4	4	35
3	2	3	3	2	3	3	3	22
4	4	5	5	4	5	4	5	36
5	4	4	4	2	4	5	5	33
4	4	5	5	4	5	5	5	37
5	5	4	5	4	5	5	5	38
5	5	4	4	4	4	4	4	34

Lampiran 6 Uji Statistik Deskriptif

Green Marketing

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
GM1	144	3	5	4.14	.675
GM2	144	3	5	4.17	.669
GM3	144	2	5	4.17	.822
GM4	144	2	5	4.38	.679
GM5	144	2	5	4.12	.724
GM6	144	2	5	4.18	.842
GM7	144	1	5	4.03	.869
GM8	144	2	5	4.13	.863
Valid N (listwise)	144				

Green Brand Image

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
GBI1	144	3	5	4.19	.672
GBI2	144	2	5	4.07	.808
GBI3	144	2	5	4.30	.710
GBI4	144	2	5	4.18	.745
GBI5	144	2	5	4.09	.728
GBI6	144	2	5	4.09	.784
GBI7	144	3	5	4.21	.688
GBI8	144	2	5	4.27	.741
GBI9	144	3	5	4.08	.749
GBI10	144	3	5	4.21	.678
Valid N (listwise)	144				

Environmental Awareness

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
EA1	144	2	5	4.16	.726
EA2	144	2	5	4.40	.712
EA3	144	3	5	4.48	.614
EA4	144	3	5	4.58	.574
EA5	144	2	5	4.22	.797
EA6	144	2	5	4.08	.780
Valid N (listwise)	144				

Green Purchase Decision

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
GDP1	144	1	5	4.13	.863
GDP2	144	2	5	4.25	.734
GDP3	144	2	5	4.35	.722
GDP4	144	3	5	4.44	.576
GDP5	144	2	5	4.03	.806
GDP6	144	2	5	4.33	.690
GDP7	144	2	5	4.29	.737
GDP8	144	3	5	4.47	.658
Valid N (listwise)	144				

Lampiran 7 Hasil Uji Validitas

Green Marketing

Correlations

		GM1	GM2	GM3	GM4	GM5	GM6	GM7	GM8	TOTAL_X1
GM1	Pearson Correlation	1	.372**	.327**	.589**	.411**	.365**	.539**	.330**	.707**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	144	144	144	144	144	144	144	144	144
GM2	Pearson Correlation	.372**	1	.398**	.367**	.376**	.457**	.437**	.370**	.678**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	144	144	144	144	144	144	144	144	144
GM3	Pearson Correlation	.327**	.398**	1	.326**	.303**	.299**	.236**	.287**	.569**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.004	.000	.000
	N	144	144	144	144	144	144	144	144	144
GM4	Pearson Correlation	.589**	.367**	.326**	1	.429**	.290**	.528**	.366**	.701**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	144	144	144	144	144	144	144	144	144
GM5	Pearson Correlation	.411**	.376**	.303**	.429**	1	.485**	.428**	.463**	.705**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	144	144	144	144	144	144	144	144	144
GM6	Pearson Correlation	.365**	.457**	.299**	.290**	.485**	1	.464**	.532**	.714**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	144	144	144	144	144	144	144	144	144
GM7	Pearson Correlation	.539**	.437**	.236**	.528**	.428**	.464**	1	.512**	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.004	.000	.000	.000		.000	.000
	N	144	144	144	144	144	144	144	144	144
GM8	Pearson Correlation	.330**	.370**	.287**	.366**	.463**	.532**	.512**	1	.701**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	144	144	144	144	144	144	144	144	144
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.707**	.678**	.569**	.701**	.705**	.714**	.753**	.701**	1

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144

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

Green Brand Image

Correlations

		GBI 1	GBI 2	GBI 3	GBI 4	GBI 5	GBI 6	GBI 7	GBI 8	GBI 9	GBI1 0	TOTAL_ X2
GBI1	Pearson Correlation	1	.493**	.391**	.532**	.490**	.361**	.510**	.512**	.529**	.339*	.710**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144
GBI2	Pearson Correlation	.493**	1	.539**	.477**	.466**	.365**	.500**	.504**	.431**	.455*	.718**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144
GBI3	Pearson Correlation	.391**	.539**	1	.508**	.472**	.470**	.431**	.425**	.483**	.517*	.719**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144
GBI4	Pearson Correlation	.532**	.477**	.508**	1	.520**	.421**	.464**	.467**	.403**	.510*	.729**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144
GBI5	Pearson Correlation	.490**	.466**	.472**	.520**	1	.563**	.526**	.556**	.517**	.517*	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144

	N	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144
GBI6	Pearson Correlation	.361**	.365**	.470**	.421**	.563**	1	.414**	.410**	.486**	.370*	.673**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144
GBI7	Pearson Correlation	.510**	.500**	.431**	.464**	.526**	.414**	1	.505**	.493**	.364*	.718**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144
GBI8	Pearson Correlation	.512**	.504**	.425**	.467**	.556**	.410**	.505**	1	.583**	.519*	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144
GBI9	Pearson Correlation	.529**	.431**	.483**	.403**	.517**	.486**	.493**	.583**	1	.471*	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144
GBI10	Pearson Correlation	.339**	.455**	.517**	.510**	.517**	.370**	.364**	.519**	.471**	1	.696**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.710**	.718**	.719**	.729**	.779**	.673**	.718**	.760**	.748**	.696*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144

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



Environmental Awareness

Correlations

		EA1	EA2	EA3	EA4	EA5	EA6	TOTAL_X3
EA1	Pearson Correlation	1	.446**	.519**	.375**	.498**	.494**	.764**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	144	144	144	144	144	144	144
EA2	Pearson Correlation	.446**	1	.337**	.354**	.367**	.414**	.674**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	144	144	144	144	144	144	144
EA3	Pearson Correlation	.519**	.337**	1	.464**	.425**	.498**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	144	144	144	144	144	144	144
EA4	Pearson Correlation	.375**	.354**	.464**	1	.339**	.318**	.656**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	144	144	144	144	144	144	144
EA5	Pearson Correlation	.498**	.367**	.425**	.339**	1	.554**	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	144	144	144	144	144	144	144
EA6	Pearson Correlation	.494**	.414**	.498**	.318**	.554**	1	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	144	144	144	144	144	144	144
TOTAL_X3	Pearson Correlation	.764**	.674**	.738**	.656**	.739**	.764**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	144	144	144	144	144	144	144

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

Green Purchase Decision

Correlations

		GDP1	GDP2	GDP3	GDP4	GDP5	GDP6	GDP7	GDP8	TOTAL_Y
GDP1	Pearson Correlation	1	.612**	.518**	.458**	.426**	.522**	.422**	.537**	.751**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	144	144	144	144	144	144	144	144	144
GDP2	Pearson Correlation	.612**	1	.525**	.470**	.458**	.548**	.441**	.598**	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	144	144	144	144	144	144	144	144	144
GDP3	Pearson Correlation	.518**	.525**	1	.452**	.430**	.477**	.416**	.575**	.729**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	144	144	144	144	144	144	144	144	144
GDP4	Pearson Correlation	.458**	.470**	.452**	1	.463**	.526**	.509**	.602**	.742**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	144	144	144	144	144	144	144	144	144
GDP5	Pearson Correlation	.426**	.458**	.430**	.463**	1	.529**	.394**	.464**	.694**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	144	144	144	144	144	144	144	144	144
GDP6	Pearson Correlation	.522**	.548**	.477**	.526**	.529**	1	.564**	.571**	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	144	144	144	144	144	144	144	144	144
GDP7	Pearson Correlation	.422**	.441**	.416**	.509**	.394**	.564**	1	.544**	.715**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	144	144	144	144	144	144	144	144	144
GDP8	Pearson Correlation	.537**	.598**	.575**	.602**	.464**	.571**	.544**	1	.816**
	Sig. (2-tailed)									
	N									

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	144	144	144	144	144	144	144	144	144
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.751**	.772**	.729**	.742**	.694**	.789**	.715**	.816**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	144	144	144	144	144	144	144	144	144

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



Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas

Green Marketing

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.844	8

Green Brand Image

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.900	10

Environmental Awareness

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.816	6

Green Purchase Decision

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.889	8

Lampiran 9 Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		144	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.000000	
	Std. Deviation	2.67595063	
Most Extreme Differences	Absolute	.041	
	Positive	.041	
	Negative	-.037	
Test Statistic		.041	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.960 ^e	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.955
		Upper Bound	.965

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Based on 10000 sampled tables with starting seed 299883525.

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.458	2.209		1.113	.268					
TOTAL_X1	.214	.100	.197	2.142	.034	.631	.178	.114	.336	2.979
TOTAL_X2	.145	.079	.171	1.845	.067	.631	.154	.098	.330	3.028
TOTAL_X3	.716	.095	.509	7.509	.000	.725	.536	.401	.619	1.615

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Hasil Uji Heterokedastisitas

Correlations

		TOTAL_X1	TOTAL_X2	TOTAL_X3	Unstandardized Residual	
Spearman's rho	TOTAL_X1	Correlation Coefficient	1.000	.737**	.443**	.024
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.771
		N	144	144	144	144
	TOTAL_X2	Correlation Coefficient	.737**	1.000	.497**	-.015
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.862
		N	144	144	144	144
	TOTAL_X3	Correlation Coefficient	.443**	.497**	1.000	.008
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.929
		N	144	144	144	144
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.024	-.015	.008	1.000
		Sig. (2-tailed)	.771	.862	.929	.
		N	144	144	144	144

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



Lampiran 10 Hasil Uji Analisis Linear Berganda

Hasil Uji Kelayakan Model

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1283.921	3	427.974	64.147	.000 ^b
	Residual	934.052	140	6.672		
	Total	2217.972	143			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X1, TOTAL_X2

Hasil Analisis Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	3.528	2.285		1.544	.125					
	TOTAL_X1	.046	.088	.048	.526	.600	.557	.044	.029	.368	2.718
	TOTAL_X2	.264	.068	.359	3.906	.000	.634	.313	.214	.357	2.802
	TOTAL_X3	.701	.094	.478	7.479	.000	.679	.534	.410	.735	1.360

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Lampiran 11 Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	.761 ^a	.579	.570	2.583	.579	64.147	3	140	.000

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X1, TOTAL_X2

b. Dependent Variable: TOTAL_Y

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1283.921	3	427.974	64.147	.000 ^b
	Residual	934.052	140	6.672		
	Total	2217.972	143			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X1, TOTAL_X2

Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Correlations			Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.528	2.285		1.544	.125					
	TOTAL_X1	.046	.088	.048	.526	.600	.557	.044	.029	.368	2.718
	TOTAL_X2	.264	.068	.359	3.906	.000	.634	.313	.214	.357	2.802
	TOTAL_X3	.701	.094	.478	7.479	.000	.679	.534	.410	.735	1.360

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Lampiran 12 Formulir Pengajuan Skripsi



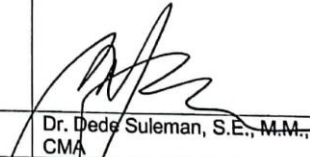
 Universitas Pembangunan Jaya	FORMULIR PENGAJUAN SKRIPSI/TA	SPT-I/03/SOP-28/F-01
--	--------------------------------------	----------------------

Nama Mahasiswa : Adisti Rahma Fauziyah
 Prodi/NIM : Manajemen / 20200210008
 Judul Skripsi/TA yang diajukan : Pengaruh *Green Marketing*, *Green Brand Image*, dan *Environmental Awareness* terhadap *Green Purchase Decision* pada Produk Avoskin
 (disusun dalam kalimat singkat, padat, jelas dan menarik minat pembaca)

Telah memenuhi syarat pengajuan Skripsi/TA: (mohon beri tanda V untuk syarat yang relevan)

No	Syarat	Ya	Tidak
1	Jumlah sks lulus (sesuai ketentuan Prodi)	✓	
2	Mata kuliah prasyarat (sesuai ketentuan Prodi)	✓	
3	IPK minimal 2,00	✓	
4	Tidak sedang terkena sanksi akademik/sanksi lainnya	✓	
5	Poin JSDP (sesuai ketentuan Prodi)	✓	
6	Mengumpulkan Proposal Skripsi (sesuai ketentuan Prodi)		
7	MK Skripsi/TA tercantum di BRS semester berjalan	✓	

Tangerang Selatan,

Mengajukan,	Menyetujui,	Mengetahui,
		
Adisti Rahma Fauziyah	Fendi Saputra, S.E., M.M.	Dr. Dede Suleman, S.E., M.M., CMA

Formulir dibuat rangkap 2 (dua): Asli : untuk prodi, Copy 1 : untuk mahasiswa

Lampiran 13 Formulir Persetujuan Penulisan Skripsi

	FORMULIR PERSETUJUAN PENULISAN SKRIPSI/TA	SPT-I/03/SOP-28/F-02
---	--	----------------------


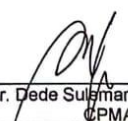
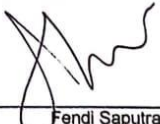
Nama Mahasiswa : Adisti Rahma Fauziyah
 Prodi/NIM : Manajemen / 2020021008
 Judul Skripsi/TA yang diajukan : Pengaruh *Green Marketing*, *Green Brand Image*, dan *Environmental Awareness* terhadap *Green Purchase Decision* pada Produk Avoskin

Telah disetujui untuk menulis Skripsi/TA.


Dosen Pembimbing Skripsi/TA yang ditugaskan Prodi adalah:

No	Nama	NIDN	JAD
1	Fendi Saputra, S.E., M.M.	0412079006	AA
2			





















Tangerang Selatan, 26 April 2024

Menugaskan,	Menyetujui,	Menerima,
		
Yusuf Iskandar S.Si., M.M.	Dr. Dede Sulman, S.E., M.M., CPMA	Fendi Saputra, S.E., M.M.



Lampiran 14 Formulir Pembimbingan Skripsi

 Universitas Pembangunan Jaya	FORMULIR PEMBIMBINGAN SKRIPSI/TA	SPT-1/03/SOP-28/F-03
--	---	----------------------


Nama Mahasiswa : Adisti Rahma Fauziyah
 Prodi/NIM : Manajemen / 2020021008
 Judul Skripsi/TA yang diajukan : Pengaruh *Green Marketing*, *Green Brand Image*, dan *Environmental Awareness* terhadap *Green Purchase Decision* pada Produk Avoskin

No	Tanggal	Materi Pembimbingan	Paraf Mhs	Paraf Dosen Pembimbing
1	12 Februari 2024	Pengajuan judul skripsi		
2	20 Februari 2024	Review Bab I dengan catatan pergantian objek penelitian		
3	8 Maret 2024	Pengajuan objek dan variabel penelitian baru		
4	16 Maret 2024	Review Bab I dan II		
5	22 Maret 2024	Review Bab III dengan catatan revisi		
6	26 Maret 2024	Review Bab I - III		
7	15 Mei 2024	Bimbingan item kuesioner		
8	12 Juni 2024	Bimbingan Bab IV		
9	18 Juni 2024	Bimbingan Bab V		
10	20 Juni 2024	Overview Bab I - V dan ACC Skripsi		

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

	
Adisti Rahma Fauziyah	Fendi Saputra, S.E., M.M.

Lampiran 15 Formulir Pengajuan Sidang Skripsi

	FORMULIR PENGAJUAN SIDANG SKRIPSI/TA	SPT-I/04/SOP-06/F-01
		No. Revisi

Nama Mahasiswa : Adisti Rahma Fauziyah

Prodi/NIM : Manajemen / 2020021008

Judul Skripsi/TA : Pengaruh *Green Marketing*, *Green Brand Image*, dan *Environmental Awareness*
Terhadap *Green Purchase Decision* Pada Produk Avoskin

Dosen Pembimbing : Fendi Saputra, S.E., M.M.


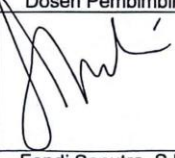


Dosen Penguji : 1. Dr. Yohanes Totok Suyoto, S.S., M.Si, CPMA JAD :
2. Dr. Dede Suleman, S.E., M.M., CMA JAD :

Jadwal Sidang : Tempat : Hari/Tanggal:

Telah memenuhi syarat Sidang Skripsi/TA: (mohon beri tanda V untuk syarat yang relevan)

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)	✓	

Tangerang Selatan, 19 Juni 2024

Mengajukan, Mahasiswa	Mengetahui, Dosen Pembimbing	Memeriksa, Koordinator Skripsi/TA	Menyetujui, Kepala Program Studi
			
Adisti Rahma Fauziyah	Fendi Saputra, S.E., M.M.	Yusuf Iskandar, S.Si, M.M.	Dr. Dede Suleman, S.E., M.M., CMA

Lampiran 16 Revisi Dosen Penguji 1

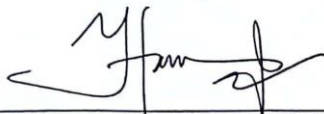
 Universitas Pembangunan Jaya	FORMULIR REVISI SKRIPSI / TA	SPT-I/04/SOP-06/F-05

Nama Mahasiswa : Adisti Rahma Fauziyah
Program Studi/NIM : Manajemen / 2020021008
Judul Skripsi : Pengaruh *Green Marketing*, *Green Brand Image*, dan *Environmental Awareness* Terhadap *Green Purchase Decision* Pada Produk Avoskin
Jadwal Sidang : Senin, 1 Juli 2024
Dosen Penguji 1 : Dr. Yohanes Totok Suyoto, S.S., M.Si., CPMA

Berdasarkan hasil evaluasi pada Sidang Skripsi, maka Skripsi yang disusun oleh mahasiswa tersebut perlu dilakukan revisi, dengan rincian sebagai berikut:

1. Perbaiki sisi yg masih salah tulis.
2. Samakan bentuk huruf (font) dari awal sampai akhir tulisan.
3. Penulisan sudah cukup ecorat, tetapi perbaiki beberapa kalimat yang tidak efektif dan terlalu panjang.
4. Di pembahasan tidak perlu lagi dicantumkan hasil uji statistik berupa angka?.
5. Buat saran yang konkret dan riil bagi perusahaan Basosma Indonesia, jangan hanya variabel.
6. Simpulan ditambah satu poin. Berdasarkan uji F-nya.

Tangerang Selatan, ..1 Juli 2024.




Dr. Yohanes Totok Suyoto, S.S., M.Si., CPMA

*Ditandatangani setelah mahasiswa menyelesaikan revisi

Copyright ©2020 Universitas Pembangunan Jaya. All rights reserved. |+62-21-745555

Lampiran 17 Revisi Dosen Penguji 2

 Universitas Pembangunan Jaya	FORMULIR REVISI SKRIPSI / TA	SPT-I/04/SOP-06/F-05
		No. Revisi

Nama Mahasiswa : Adisti Rahma Fauziyah
Program Studi/NIM : Manajemen / 2020021008
Judul Skripsi : Pengaruh *Green Marketing*, *Green Brand Image*, dan *Environmental Awareness* Terhadap *Green Purchase Decision* Pada Produk Avoskin
Jadwal Sidang : Senin, 1 Juli 2024
Dosen Penguji 2 : Dr. Dede Suleman, S.E., M.M., CMA

Berdasarkan hasil evaluasi pada Sidang Skripsi, maka Skripsi yang disusun oleh mahasiswa tersebut perlu dilakukan revisi, dengan rincian sebagai berikut:


1. format sampul penulisan
2. format ~~alasan~~ ^{kepu} $X_1 - Y$ ~~kepu~~ ^{atau} ~~revisi~~
3. Revisi format semi pendahuluan TA

Tangerang Selatan, 24/07/2024


Dr. Dede Suleman, S.E., M.M., CMA

*Ditandatangani setelah mahasiswa menyelesaikan revisi

Lampiran 18 Revisi Dosen Pembimbing

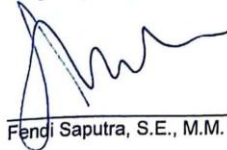
 Universitas Pembangunan Jaya	FORMULIR REVISI SKRIPSI / TA	SPT-1/04/SOP-06/F-05

Nama Mahasiswa : Adisti Rahma Fauziyah
Program Studi/NIM : Manajemen / 2020021008
Judul Skripsi : Pengaruh *Green Marketing*, *Green Brand Image*, dan *Environmental Awareness* Terhadap *Green Purchase Decision* Pada Produk Avoskin
Jadwal Sidang : Senin, 1 Juli 2024
Dosen Pembimbing : Fendi Saputra, S.E., M.M.

Berdasarkan hasil evaluasi pada Sidang Skripsi, maka Skripsi yang disusun oleh mahasiswa tersebut perlu dilakukan revisi, dengan rincian sebagai berikut:

<ul style="list-style-type: none">- kata pengantar : mabkan name penguji.- rumusan masalah ke halaman 7- kerangka Berfikir adalah perikw - Block pwh
--

Tangerang Selatan,



Fendi Saputra, S.E., M.M.

*Ditandatangani setelah mahasiswa menyelesaikan revisi

Copyright ©2020 Universitas Pembangunan Jaya. All rights reserved. | +62-21-7455555