

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian mengenai pengaruh pengetahuan lingkungan dan kepedulian lingkungan terhadap niat pembelian produk hijau yang dimediasi oleh sikap adalah sebagai berikut:

1. Pengetahuan lingkungan berpengaruh positif terhadap niat pembelian produk hijau (H1 didukung). Pengetahuan seseorang mengenai isu-isu yang ada dalam lingkungan dapat mempengaruhi niat mereka untuk melakukan pembelian yang ramah lingkungan. Semakin luas pengetahuan seseorang mengenai lingkungan, maka akan semakin tinggi pula keputusan mereka untuk melakukan pembelian terhadap produk hijau.
2. Kepedulian lingkungan berpengaruh positif terhadap niat pembelian produk hijau (H2 didukung). Ini berarti bahwa seseorang yang peduli terhadap lingkungannya akan berusaha untuk menjaga lingkungannya dengan membeli produk-produk yang ramah lingkungan. Semakin seseorang peduli terhadap lingkungan, maka kemungkinan besar mereka akan membeli produk-produk hijau yang aman bagi lingkungan.
3. Pengetahuan lingkungan berpengaruh positif pada sikap terhadap produk hijau (H3 didukung). Semakin banyak pengetahuan seseorang mengenai lingkungan, maka akan semakin positif sikap mereka terhadap produk hijau.

4. Kepedulian lingkungan berpengaruh positif pada sikap terhadap produk hijau (H4 didukung). seseorang yang peduli terhadap lingkungan akan bersikap positif terhadap produk hijau karena mereka akan menganggap bahwa produk hijau merupakan salah satu cara untuk mengurangi masalah terhadap lingkungan.
5. Sikap terhadap produk hijau berpengaruh positif pada niat pembelian produk hijau (H5 didukung). sikap positif seseorang terhadap produk hijau akan memunculkan niat pembelian produk hijau. Semakin tinggi sikap positif seseorang terhadap produk hijau, maka semakin besar kemungkinan mereka untuk melakukan pembelian terhadap produk hijau.
6. Sikap terhadap produk hijau memediasi pengaruh pengetahuan lingkungan pada niat pembelian produk hijau (H6 didukung). Ketika seseorang mempunyai pengetahuan lingkungan yang tinggi, maka mereka akan mempunyai sikap positif terhadap produk hijau yang selanjutnya dapat mempengaruhi mereka untuk melakukan pembelian produk hijau.
7. Sikap terhadap produk hijau memediasi hubungan kepedulian lingkungan pada niat pembelian produk hijau (H7 didukung). Seseorang yang kepedulian terhadap lingkungannya tinggi, mereka akan melakukan upaya untuk menjaga lingkungan, sehingga mereka mempunyai sikap positif terhadap produk hijau yang selanjutnya akan mendorong mereka untuk melakukan pembelian terhadap produk hijau untuk menjaga lingkungannya.

## 5.2. Implikasi

Pengetahuan lingkungan merupakan suatu informasi yang disimpan seseorang di dalam ingatannya. Sedangkan kepedulian lingkungan merupakan bentuk dari keinginan seseorang untuk menjaga lingkungan yang diakibatkan dari rasa khawatir seseorang tersebut terhadap lingkungan. Pengetahuan lingkungan dan kepedulian lingkungan akan mendorong seseorang untuk menggunakan produk yang aman bagi lingkungannya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan lingkungan dan kepedulian lingkungan berpengaruh terhadap niat pembelian produk hijau, hal ini mengandung implikasi untuk perusahaan agar memberikan informasi kepada masyarakat khususnya calon konsumen mengenai isu-isu mengenai lingkungan saat ini. Informasi yang dimaksud contohnya berupa edukasi mengenai kondisi lingkungan saat ini atau simbol-simbol khusus pada produk ramah lingkungan sehingga masyarakat mengetahui mengenai kondisi lingkungan. Dilain sisi mengenai kepedulian lingkungan berimplikasi agar perusahaan berupaya untuk meningkatkan kesadaran dan kepedulian mereka mengenai lingkungan dengan melakukan edukasi mengenai pentingnya kepedulian masyarakat mengenai lingkungan karena keadaan lingkungan akan berdampak pada kehidupan mereka sendiri.

Selain itu, sikap positif terhadap produk hijau yang ada di dalam diri seseorang akan membuat seseorang merasa bahwa dengan adanya produk hijau tersebut, dapat membantu untuk melestarikan lingkungan. Hal ini mengandung implikasi agar pihak perusahaan kedepannya untuk meningkatkan edukasi mengenai pentingnya menjaga lingkungan yang dapat dilakukan dengan

menggunakan produk-produk hijau, hal ini dapat melalui media iklan ataupun media lainnya yang dapat dijangkau oleh masyarakat secara luas.

### **5.3 Keterbatasan**

Keterbatasan dalam penelitian ini:

1. Penelitian ini terbatas pada orang-orang terdekat yang bisa dijangkau, sehingga mungkin hasil penelitian ini belum bisa digunakan untuk menggeneralisasi konsumen secara keseluruhan
2. Responden mungkin memiliki pengetahuan yang berbeda mengenai definisi produk hijau.
3. Penelitian ini juga memiliki keterbatasan dalam pengelompokan umur, dimana pengelompokan umur hanya menggunakan pendapat personal yaitu dengan presentase masing-masing umur.

### **5.4 Saran**

Saran yang bisa disampaikan dari hasil penelitian ini adalah

1. Bagi perusahaan, agar perusahaan-perusahaan yang memproduksi produk hijau lebih gencar dalam melakukan promosi dan edukasi mengenai pentingnya menjaga lingkungan agar masyarakat tau dampak yang akan ditimbulkan ketika menggunakan produk yang tidak ramah lingkungan.
2. Bagi pemerintah, kebijakan yang mendukung adanya produksi dan konsumsi produk-produk yang ramah lingkungan agar dapat menjaga kelestarian lingkungan.

3. Penelitian mendatang diharapkan lebih fokus pada pertanyaan yang mengarah pada sesuatu yang benar-benar dilakukan oleh seseorang.



## DaftarPustaka

- Aman,A.H. Lizawati,Amran Harun,Zuhal Hussein.2012.The Influence of Environmental Knowledge and Concern on Green Purchase Intention the Role of Attitude as a Mediating Variable.*British Journal of Arts and Social Sciences ISSN: 2046-9578, Vol.7 No.II (2012)*
- Anvar, Muntaha. And Marike Venter. 2014. Atitude and Purchasing Behaviour of Green Product among Generation Y Consumers in South Africa. *Mediterranian Journal of Social Sciences*. Vol 5 No21. ISSN 2039-2117
- Baron, R. M. and Kenny, D. A. 1986. The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.51. No.6, 1173-82.
- Chekima, Brahim.,Wafa, Syed AziziWafa Syed Khalid., Igau, Oswald Aisat., danChekima, Sohaib. (2015). Determinant Factors of Consumers' Green Purchase Intention:The Moderating Role of Environmental Advertising. *Asian Social Science*; Vol. 11, No. 10, 318-329.
- Chen, T. B., and Chai, L. T. (2010). Attitude Towards The Environment And Green Products: Consumers' Perspective. *Management Science and Engineering*, 4(2), 27-39.
- Clare D'Souza, Mehdi Taghian, Peter Lamb and Roman Peretiatkos. 2006. Green Products and Corporate Strategy: an Empirical Investigation. *Societyand Business Review*. Vol. 1 No. 2, 2006. pp. 144-157.
- Jogiyanto. 2010. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.
- Manongko, Allen A. Ch.(2011).”Green Marketing dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Membeli Produk Organik ”,(Studi Pada Pelanggan Produk Organik di Kota Manado).

- Mei, O. J., Kwek C. L., and Tan H. P. 2012. The Antecedents of Green Purchase Intention among Malaysian Consumers. *Asian Social Science*. Vol. 8.No. 13. pp. 248-263.
- Nisbet, Matthew & Teresa Myers, "Twenty Years of Public Opinion About Global Warming," dalam *Public Opinion Quarterly*, Vol 71:3, Fall 2007
- Noor, N.A.M., Azli M., Azilah K., Cik Z.M.J., Norsiah M., Norazwa M., and Hayatul S.S. 2012. Creating Green Consumers: How Environmental Knowledge and Environmental Attitude Lead to Green Purchase Behaviour?. *International Journal of Arts & Sciences*. Vol. 5.No. 1. pp. 5571
- Rashid, Nik Ramli Nik Abdul. 2009. Awareness of eco-label in Malaysia's green marketing initiative. *International Journal of Business and Management*, Vol.4, No.8
- Robert, James A., Donald R. Bacon. 1997. Exploring the Subtle Relationship between Environmental Knowledge and Ecologically Conscious Consumer Behavior. *Journal of Business Research* 40, 79-89. ISSN 0148-2963
- Sekaran, U. and Roger Bougie (2013). *Research Methodology For Business: A Skill Building Approach*. Sixth Edition. British library: John Wiley & Sons Ltd.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suki, N. M. (2013). Green Awareness Effects On Consumers' Purchasing Decision: Some Insights From Malaysia. *IJAPS*, Vol 9, No. 2
- Tilikidou, I. and Delistavrou, A. (2006). Types and Influential Factors of the Consumers' Non-purchasing Ecological Behaviours. *Business Strategy and the Environment*. In press

<https://unstats.un.org/unsd/environment/Compendia/Statistik%20Lingkungan%20Hidup%20Indonesia%202017.pdf>

Zhao, Xinshu., John G. Lynch JR., Qimei Chen. 2010. Reconsidering Baron and Kenny: Myths and Truths about Mediation Analysis. *Journal of Consumer Research*. Vol.37





### Lampiran 1 Penelitian Terdahulu

No	Judul, Penulis, Tahun	Metodologi Penelitian	Hasil
1	<p>The Influence of Environmental Knowledge and Concern on Green Purchase Intention the Role of Attitude as Mediating Variable (A.H. Lizawati Aman, Amran Harun, Zuhail Hussein, 2015) Di Sabahan Malaysia</p>	<p>Sebanyak 400 kuesioner dibagikan secara online dan offline, dan yang dinyatakan valid adalah 384 kuesioner. Dimana terdiri dari 5 jenis pertanyaan, yaitu pertanyaan mengenai profil responden, environmental knowledge, environmental concern, sikap, dan niat responden untuk membeli produk hijau. Analisis dilakukan dengan analisis eksploratori. Dan menggunakan uji KMO. Obyek dari Penelitian ini adalah produk hijau pada umumnya. Dan variabelnya meliputi : niat pembelian hijau (Y), pengetahuan lingkungan (X1), kepedulian lingkungan (X2), sikap(M).</p>	<p>Ada pengaruh pengetahuan lingkungan dan kepedulian lingkungan terhadap niat pembelian produk hijau. Selain itu sikap juga menjadi mediasi antara kepedulian lingkungan dan niat pembelian hijau. Namun sikap tidak memediasi hubungan antara pengetahuan lingkungan dan niat pembelian produk hijau.</p>
2	<p>Awareness of Eco-label in Malaysia's Green Marketing Initiative (Nik Ramli Nik Abdul Rasyid, 2009) Malaysia</p>	<p>Populasi dari penelitian ini adalah karyawan dari perusahaan yang mengadopsi ISO14001 sejak tahun 1996. Kemudian 526 karyawan dijadikan sampel. Dimana alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Dengan variabelnya meliputi: niat pembelian (VD), ecological concern (VI), eco-label (moderasi).</p>	<p>Hasil penelitian menemukan bahwa orang yang memiliki pengetahuan mengenai lingkungan akan memiliki preferensi yang kuat untuk membeli produk hijau. Niat beli ini akan diperkuat jika pada produk terdapat fitur ramah lingkungan melalui penggunaan eco-label.</p>

**Lampiran 1 Lanjutan**

3	<p>Creating Green Consumer : How Environmental Knowledge and Environmental Attitude Lead to Green Purchase Behavior? (Nor Azila Mohd Noor, Azli Muhammad, Azilah Kassim, Cik Zuriana Muhammad Jamil, Norsiah Mat, Norazwa Mat, Hayatul Safrah Salleh, 2012) Malaysia</p>	<p>Jenis dari penelitian ini adalah penelitian Cross –Sectional. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan survei dan juga membagikan kuesioner kepada konsumen di 10 hipermarket di Malaysia. Penelitian ini membahas produk hijau secara umum. Dimana target dari penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di hipermarket malaysia. Variabel dalam penelitian adalah pengetahuan lingkungan, sikap terhadap lingkungan, dan prilaku pembelian hijau</p>	<p>Ada pengaruh pengetahuan dan sikap terhadap lingkungan terhadap perilaku pembelian hijau. Pengaruh pengetahuan lingkungan hijau lebih besar dibanding sikap terhadap lingkungan.</p>
4	<p>Attitude and Purchase Behavior of Green Product among Generation Y Consumer in South Africa (Muntaha Anvar and Marike Venter, 2014)</p>	<p>Analisi menggunakan regresi linier sederhana dan regresi linier berganda untuk menguji masing-masing hubungan. Selain itu dilakukan diagnosa outlier untuk memeriksa titik data (respon) dari respon yang berbeda dari setiap orang. Selain itu dilakukan transformasi untuk memeriksa hubungan lurus dalam regresi. Selain itu dilakukan pengujian koefisien korelasi pearson.dengan variabelnya perilaku pembelian hijau, sikap, pengaruh sosial, kesadaran lingkungan, dan harga</p>	<p>Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh sosial, kesadaran lingkungan, dan harga terhadap sikap. Selain itu juga terdapat hubungan antara sikap dan perilaku pembelian hijau.</p>

## Lampiran 1 Lanjutan

5	<p>Attitude Toward the Environmental and Green Product : Consumer's Perspective</p> <p>(Tan Booi Chen and Lau Teck Chai, 2010) Di Malaysia</p>	<p>200 kuesioner dibagikan kepada mahasiswa di Malaysia. Dan yang dipakai adalah 184 kuesioner dengan jumlah terbanyak adalah perempuan (67,4%) dan etnis Cina (59,2%).</p> <p>Analisis dilakukan dengan menggunakan analisis faktor dan regresi linier berganda. Dengan uji kecukupan item dengan menggunakan KMO. Variabel yang ada dalam penelitian ini consumer attitude (environmental protection, toward government role, personal norm) dan environmental knowledge.</p>	<p>Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara laki – laki dan perempuan terhadap sikap terhadap lingkungan dan produk hijau. Sedangkan untuk pengaruh environmental protection, attitude toward government role, and personal norm terhadap sikap terhadap produk hijau menunjukkan hasil yang signifikan.</p>
6	<p>An empirical study on the influence of environmental labels on consumers (Clare D'Souza, Mehdi Taghian, Peter Lamb, 2006) Australia</p>	<p>Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner terstruktur dengan pemilihan sample secara acak melalui panggilan telephone menggunakan quantum research (CATI) data collection services, dan sebanyak 155 kuesioner terkumpul untuk dianalisis. Data dianalisis menggunakan both descriptive measures and correlation between variables. Dengan objek penelitian adalah makanan untuk konsumsi rumah tangga yang dijual di supermarket dan variabelnya, keputusan pembelian (VD), informasi pada label produk (VI).</p>	<p>Sebanyak 69,7 persen responden menyatakan bahwa mereka akan membeli produk ramah lingkungan bahkan jika harganya lebih mahal daripada produk alternatif, sementara 58,7 persen mereka tidak akan membeli jika harganya lebih mahal. Selain itu, dalam penelitian ini juga menemukan bahwa konsumen tetap akan membeli produk hijau bahkan jika kualitasnya lebih rendah dibanding produk alternatif. Jadi mereka akan membaca label produk untuk membuat keputusan pembelian berdasarkan informasi yang ada.</p>

**Lampiran 1 Lanjutan**

7	<p>Determinant Factors of Consumer's Green Purchase Intention: The Moderating Role of Environmental Advertising (Brahim Chekima, Syed Azizi Wafa Syed Khalid Wafa, Oswald Aisat Igau&amp; Sohaib Chekima,2015) Malaysia</p>	<p>600 kuisisioner disebarikan di toko kelontong dan pusat perbelanjaan, sebanyak 337 kuisisioner yang digunakan. Teknik pengambilan sample dengan menggunakan convenience sampling, dan dianalisis menggunakan CFA. Variabelnya sikap lingkungan (VI), eco-label (VI), nilai-nilai budaya (VI), niat pembelian hijau (VD), peran iklan lingkungan (M)</p>	<p>Penelitian ini menemukan bahwa sikap terhadap lingkungan, eco-label, dan nilai budaya signifikan mempengaruhi niat pembelian produk hijau. Selain itu, pengiklanan tentang lingkungan memoderasi sikap terhadap lingkungan, eco-label, dan nilai budaya terhadap niat beli produk oleh konsumem.</p>
8	<p>The Antecedents of Green Purchase Intention among Malaysian Consumers (Ooi Jen Mei, Kwek Choon Ling, &amp; Tan Hoi Piew, 2012)</p>	<p>Pengambilan sample dilakukan menggunakan simple random sampling dimana 230 yang diisi lengkap oleh Members of one of the Activist Groups in which is a Non-government Organization (NGO) in Malaysia digunakan. Alat analisis yang digunakan adalah Statistical Package for Social Science software version 19 (SPSS software version 19). Dengan varibelnya green purchase intention (VD), environmental knowledge (VI), environmental attitude (VI), governmen initiative (VI), peer pressure (VI), dan eco – label (VI).</p>	<p>Dari penelitian ini ditemukan bahwa semua variabel yaitu environmental knowledge, Environmental Attitude, Governmen Initiative, dan Eco-Label masing – masing mempunyai pengaruh yang positif terhadap niat pembelian produk hijau, namun yang pengaruhnya paling kuat adalah Initiative Governmen.</p>

## Lampiran 1 Lanjutan

9	<p>Green Awareness on Consumer's Purchasing Decision : Some Insight from Malaysia (Norazah Mohd. Suki, 2013)</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dan sebanyak 200 data digunakan dan diolah dengan menggunakan analisis regresi linier. Variabel dalam penelitian ini antara lain : keputusan pembelian (VD), green awareness (consumer's environmental concern, awareness of green product, awareness of price, awareness of brand image) (VI)</p>	<p>Hasil penelitian menemukan bahwa pengetahuan lingkungan konsumen tidak mempengaruhi keputusan pembelian produk hijau. Selain itu, kesadaran konsumen mengenai produk hijau juga tidak mempengaruhi keputusan pembelian produk hijau mereka, namun kesadaran harga dan merek mempengaruhi keputusan konsumen terhadap produk hijau.</p>
10	<p>The Impact of Environment Concern and Attitude on Green Purchasing Behavior: Gender as The Moderator  (Grace K. Dagher, Omar Itani, and Abdul Nasser Kassar, 2015)  Lebanon</p>	<p>Sebanyak 500 kuisisioner disebar dan sebanyak 326 kembali dan dianalisis. Untuk menguji hipotesis 1 digunakan t-tes independent dan regresi linier berganda. Variabel dalam penelitian ini adalah perilaku pembelian produk hijau (VD), sikap terhadap lingkungan (VI), kepedulian lingkungan (VI), gender (moderator)</p>	<p>Dari hasil penelitian ini tidak hanya menyoroti tentang perbedaan gender, tapi lebih pada efek moderasi dari gender, dan temuan dari penelitian ini adalah efek moderasi gender membuat sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap perilaku pembelian hijau pada level tinggi dan rendah. Pada level tinggi, tidak ada perbedaan antara laki – laki dan wanita dalam perilaku pembelian produk hijau. Namun pada level rendah (laki-laki lebih dominan), ada perbedaan dalam perilaku pembelian produk hijau, yaitu wanita lebih mengambil tindakan untuk membeli produk hijau dibanding dengan laki-laki.</p>

### Lampiran 1 Lanjutan

11	<p>A Study of Green Purchase Intention Comparing with Collectivistic (Chinese) and Individualistic (American) Consumers in Shanghai, China</p> <p>(Lingyun Chen, 2013)</p>	<p>Dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan survei, serta menggunakan 3 teknik sampling, yaitu <i>random</i>, quota, dan convenience sampling. Analisis deskriptif dengan menggunakan bivariante (Pearson Correlation) dan independen sample t-test. Sedangkan dalam survei menggunakan kuisisioner dan dianalisis menggunakan SPSS (Statistical Product and Service Solution) dengan mendistribusikan 400 kuisisioner, 200 untuk konsumen Amerika dan 200 untuk konsumen Cina. Variabel dalam penelitian ini: niat pembelian hijau (vd), pengetahuan lingkungan (vi), sikap (vi), pengetahuan lingkungan (vi), dan pengaruh sosial (vi).</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pengetahuan lingkungan, sikap, kepedulian lingkungan dan pengaruh sosial dan niat beli hijau dan ada perbedaan yang signifikan antarkonsumen yang kolektif (Cina) dan individualistis (Amerika) sehubungan dengan pengetahuan lingkungan, sikap, pengaruh sosial dan niat beli hijau kecuali kepedulian lingkungan.</p>
----	--	---	--

## Lampiran 2

### Kuesioner Sebelum Uji *Face Validity*

Data Demografi Responden : Harap memberi tanda centang (✓) pada jawaban

1. **Jenis Kelamin** : Laki – Laki   
Perempuan
2. **Pekerjaan** : Bekerja   
Mahasiswa   
Ibu Rumah Tangga
3. **Usia** : .....
4. **Tingkat Pendapatan** : < Rp.1.000.000   
Rp.1.000.000 – Rp.2.000.000   
>Rp.2.000.000

Keterangan : **STS** = Sangat Tidak Setuju, **TS** = Tidak Setuju, **N** = Netral, **S** = Setuju, **SS** = Sangat Setuju

Skala Likert: STS = 1; TS = 2; N = 3; S = 4; SS = 5

Green Purchase Intention			Skala Likert				
			STS	TS	N	S	SS
Aman et al (2012)	1	Saya tertarik untuk membeli produk ramah lingkungan					
	2	Produk ramah lingkungan lebih menarik dari produk konvensional					
	3	Saya mencoba untuk membeli produk rumah tangga yang hemat energi					
	4	Saya telah berusaha untuk hemat dalam menggunakan listrik					
	5	Saya biasanya membeli produk dengan harga terendah tanpa memperhatikan dampaknya bagi lingkungan					
	6	Jika ada pilihan, saya selalu memilih produk yang menyumbang paling sedikit bagi pencemaran lingkungan					
	7	Saya telah beralih produk karena alasan lingkungan hidup					
	8	Saya telah meyakinkan keluarga dan teman saya untuk tidak membeli produk yang berbahaya bagi lingkungan					
	9	Saya membeli produk yang menghasilkan sedikit pencemaran					
	10	Saya bersedia mengeluarkan uang ekstra untuk membeli produk yang tidak berbahaya bagi lingkungan					
	11	Saya menggunakan tas hijau / tas yang bisa digunakan berulang untuk belanja					
Environmental Knowledge			Skala Likert				
			STS	TS	N	S	SS
Aman et.al (2012)	1	Polusi di kota-kota besar kebanyakan berasal dari mobil					
	2	Hampir semua polusi yang ada di atmosfer disebabkan oleh mobil					
	3	Pestisida akan menumpuk dan mengendap menjadi zat kimia berbahaya setelah 200 tahun					



Environmental Concern			Skala Likert				
			STS	TS	N	S	SS
Chen & Chai (2010)	1	Saya merasa khawatir jika aktivitas konsumsi yang saya lakukan dapat merusak lingkungan					
	2	Kita harus melakukan upaya yang terbaik untuk menjaga lingkungan					
	3	Permasalahan lingkungan merupakan tanggung jawab semua orang					
Aman et.al (2012)	4	Saya khawatir jika makanan yang saya makan mengandung pestisida					
	5	Saya marah ketika mengetahui dampak dari polusi udara terhadap lingkungan					
	6	Saya merasa marah ketika mengetahui polusi yang disebabkan oleh pabrik-pabrik					
Attitude			Skala Likert				
			STS	TS	N	S	SS
Aman et al. (2012)	1	Saya menyukai ide produk hijau (produk ramah lingkungan)					
	2	Produk hijau (produk ramah lingkungan) adalah ide yang bagus					
	3	Saya mempunyai sikap yang positif terhadap produk hijau (produk ramah lingkungan)					

### Lampiran 3

#### Kuesioner Setelah Uji *Face Validity*

Data Demografi Responden : Harap memberi tanda centang (√) pada jawaban

1. **Jenis Kelamin** : Laki – Laki   
Perempuan
2. **Pekerjaan** : Bekerja   
Mahasiswa   
Ibu Rumah Tangga
3. **Usia** : .....
4. **Tingkat Pendapatan** : < Rp.1.000.000   
Rp.1.000.000 – Rp.2.000.000   
>Rp.2.000.000

Keterangan : **STS** = Sangat Tidak Setuju, **TS** = Tidak Setuju, **N** = Netral, **S** = Setuju, **SS** = Sangat Setuju

Skala Likert: STS = 1; TS =2; N = 3; S = 4; SS = 5

Green Purchase Intention			Skala Likert				
			STS	TS	N	S	SS
Aman et al (2012)	1	Saya tertarik untuk membeli produk ramah lingkungan					
	2	Produk ramah lingkungan lebih menarik dari produk konvensional (bukan produk ramah lingkungan)					
	3	Saya mencoba untuk membeli produk rumah tangga yang hemat energi					
	4	Saya telah berusaha untuk hemat dalam menggunakan listrik					
	5	Saya biasanya membeli produk dengan harga terendah tanpa memperhatikan dampaknya bagi lingkungan					
	6	Jika ada pilihan, saya selalu memilih produk yang menghasilkan pencemaran lingkungan paling sedikit					
	7	Saya telah beralih produk karena alasan lingkungan hidup					
	8	Saya telah meyakinkan keluarga dan teman saya untuk tidak membeli produk yang berbahaya bagi lingkungan					
	9	Saya membeli produk yang menghasilkan sedikit pencemaran					
	10	Saya bersedia mengeluarkan uang ekstra untuk membeli produk yang tidak berbahaya bagi lingkungan					
	11	Saya menggunakan tas hijau / tas yang bisa digunakan berulang untuk belanja					
Environmental Knowledge			Skala Likert				
			STS	TS	N	S	SS
Aman et.al (2012)	1	Polusi di kota-kota besar kebanyakan berasal dari mobil					
	2	Hampir semua polusi yang ada di atmosfer disebabkan oleh mobil					
	3	Pestisida akan memburuk menjadi zat kimia berbahaya setelah 200 tahun					

Environmental Concern			Skala Likert				
			STS	TS	N	S	SS
Chen & Chai (2010)	1	Saya merasa khawatir jika aktivitas konsumsi yang saya lakukan dapat merusak lingkungan					
	2	Kita harus melakukan upaya yang terbaik untuk menjaga lingkungan					
	3	Permasalahan lingkungan merupakan tanggung jawab semua orang					
Aman et.al (2012)	4	Saya khawatir jika makanan yang saya makan mengandung pestisida					
	5	Saya marah ketika mengetahui dampak dari polusi udara terhadap lingkungan					
	6	Saya merasa marah ketika mengetahui polusi yang disebabkan oleh pabrik-pabrik					
Attitude			Skala Likert				
			STS	TS	N	S	SS
Aman et al. (2012)	1	Saya menyukai ide produk hijau (produk ramah lingkungan)					
	2	Produk hijau (produk ramah lingkungan) adalah ide yang bagus					
	3	Saya mempunyai sikap yang positif terhadap produk hijau (produk ramah lingkungan)					

Lampiran 4 Jawaban Kuesioner

*Jenis Kelamin	Usia	Uang Saku per Bulan	GPI 1	GPI 2	GPI 3	GPI 4	GPI 5	GPI 6	GPI 7	GPI 8	GPI 9	GPI 10	EK 1	EK 2	EK 3	EC 1	EC 2	EC 3	EC 4	EC 5	EC 6	Att 1	Att 2	Att 3
L	21	> Rp 1.500.000	4	4	5	4	4	5	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4
P	20	> Rp 1.500.000	4	3	4	4	5	4	3	3	3	4	5	5	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4
P	21	> Rp 1.500.000	4	4	2	4	4	2	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
P	21	> Rp 1.500.000	4	4	4	4	3	3	4	3	5	3	4	2	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4
P	21	> Rp 1.500.000	5	4	5	5	4	3	3	3	3	3	4	4	2	4	4	4	5	3	3	4	4	4
L	21	≤ Rp 1.500.000	5	2	5	4	4	3	3	4	4	5	4	2	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
L	22	≤ Rp 1.500.000	3	3	4	3	4	3	3	4	3	2	4	4	5	4	4	5	3	3	5	4	4	4
P	21	≤ Rp 1.500.000	3	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	5	5	5
P	21	> Rp 1.500.000	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
L	22	> Rp 1.500.000	5	4	3	3	4	4	3	4	3	2	5	2	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5
L	21	> Rp 1.500.000	4	3	3	5	3	3	4	3	2	2	4	4	5	4	5	5	4	4	4	3	4	4
L	20	≤ Rp 1.500.000	4	4	5	5	4	3	3	4	2	3	1	1	3	4	5	5	4	5	3	5	5	5
P	23	≤ Rp 1.500.000	5	5	5	5	1	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
P	22	≤ Rp 1.500.000	5	4	4	3	4	3	3	3	3	2	4	4	4	3	4	5	5	4	4	5	5	5
P	22	≤ Rp 1.500.000	4	4	4	4	4	3	3	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
L	20	≤ Rp 1.500.000	4	3	4	4	4	3	2	3	3	2	3	3	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4
L	22	≤ Rp 1.500.000	4	2	4	5	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	5	5	3	4	4	5	4
P	19	> Rp 1.500.000	3	3	4	4	2	3	3	2	3	4	5	2	3	3	4	4	5	4	4	4	5	4
L	21	> Rp 1.500.000	5	4	4	5	4	3	4	4	4	3	3	2	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5

## Lampira 4 Lanjutan

P	19	≤ Rp 1.500.000	4	3	5	3	5	3	3	3	2	5	5	4	5	5	5	5	3	2	3	5	5	5
P	20	≤ Rp 1.500.000	5	5	4	3	2	3	4	4	4	5	3	2	3	5	5	4	3	5	4	5	5	5
P	22	> Rp 1.500.000	3	3	2	2	2	2	2	2	3	5	5	3	3	4	4	2	3	3	4	4	4	4
P	19	≤ Rp 1.500.000	5	5	3	5	4	3	3	3	2	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
L	23	≤ Rp 1.500.000	5	2	5	4	5	3	4	4	3	1	5	5	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5
P	23	≤ Rp 1.500.000	4	5	4	3	5	4	3	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5
L	20	> Rp 1.500.000	5	3	4	4	5	2	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
L	21	≤ Rp 1.500.000	4	4	4	4	3	3	5	3	4	3	3	3	4	4	4	5	4	4	3	3	4	3
P	21	≤ Rp 1.500.000	5	4	5	4	4	4	5	4	2	4	2	2	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5
P	19	> Rp 1.500.000	5	2	3	4	3	3	3	3	4	2	2	2	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
L	22	> Rp 1.500.000	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	4	4	4	2	4	4	2	2	3	4	4	4
P	21	> Rp 1.500.000	4	2	4	5	2	2	2	3	4	1	4	2	5	4	5	5	3	3	4	3	4	4
L	21	≤ Rp 1.500.000	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
P	21	> Rp 1.500.000	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
L	18	≤ Rp 1.500.000	4	3	2	5	4	3	5	3	4	3	4	1	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5
P	21	≤ Rp 1.500.000	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
P	18	> Rp 1.500.000	4	4	5	4	5	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	5	4	4	4	4	4
L	22	≤ Rp 1.500.000	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4
P	22	> Rp 1.500.000	3	2	4	4	4	4	2	4	3	4	4	2	4	5	4	5	5	4	4	3	4	4
P	21	≤ Rp 1.500.000	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
P	21	> Rp 1.500.000	4	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	2	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4
L	21	≤ Rp 1.500.000	5	5	5	4	4	4	5	4	4	1	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
P	21	≤ Rp 1.500.000	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
P	22	≤ Rp 1.500.000	3	3	4	2	4	2	4	3	4	3	4	3	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4
P	21	≤ Rp 1.500.000	4	4	3	4	5	3	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	4	3	3	4	4	4
P	21	> Rp 1.500.000	4	5	3	5	5	4	5	5	4	3	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
P	21	≤ Rp 1.500.000	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
P	21	≤ Rp 1.500.000	5	5	5	5	4	4	4	4	3	1	3	3	5	3	3	5	5	3	3	5	5	5



## Lampira 4 Lanjutan

P	18	≤ Rp 1.500.000	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	2	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4
P	22	> Rp 1.500.000	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
P	18	≤ Rp 1.500.000	3	3	4	5	5	3	4	3	3	3	4	4	3	4	5	5	5	3	3	5	5	5
P	21	≤ Rp 1.500.000	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5
P	22	≤ Rp 1.500.000	5	5	5	5	5	4	4	4	5	1	2	2	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5
P	21	≤ Rp 1.500.000	3	4	3	4	4	3	3	3	2	4	3	2	2	3	4	4	4	3	3	4	4	4
P	22	≤ Rp 1.500.000	5	5	5	5	5	3	5	3	3	5	5	2	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
L	21	> Rp 1.500.000	4	3	4	4	3	3	2	3	4	2	5	4	3	3	5	5	5	3	4	5	5	5
P	21	≤ Rp 1.500.000	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
L	23	> Rp 1.500.000	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
P	21	≤ Rp 1.500.000	4	3	4	4	4	3	2	4	2	4	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	3
L	22	≤ Rp 1.500.000	5	3	4	3	5	4	4	5	4	5	4	3	3	4	4	5	5	4	4	5	5	5
P	20	> Rp 1.500.000	5	4	5	5	4	4	3	4	3	3	4	2	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
L	21	> Rp 1.500.000	5	3	5	5	5	3	1	5	5	1	4	2	3	5	5	5	4	4	5	5	5	5
P	22	≤ Rp 1.500.000	5	4	3	5	5	5	3	4	3	4	4	4	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5
P	21	> Rp 1.500.000	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	3	5	5	5	5
P	19	≤ Rp 1.500.000	5	5	5	4	4	5	4	4	4	3	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5
P	21	≤ Rp 1.500.000	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
L	21	≤ Rp 1.500.000	4	3	5	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	4	5	4	4	3	3	3	4	4
P	21	≤ Rp 1.500.000	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
P	22	> Rp 1.500.000	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
L	21	≤ Rp 1.500.000	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4
P	21	≤ Rp 1.500.000	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	5	5	5
P	21	> Rp 1.500.000	4	3	4	4	4	3	2	4	3	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4
P	21	> Rp 1.500.000	5	4	3	4	5	5	3	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
P	21	≤ Rp 1.500.000	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4
P	17	≤ Rp 1.500.000	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
P	22	≤ Rp 1.500.000	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
P	21	≤ Rp 1.500.000	5	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5



## Lampira 4 Lanjutan

L	21	≤ Rp 1.500.000	4	4	5	4	4	2	2	3	3	4	5	4	3	5	4	5	5	2	2	4	5	5
L	22	≤ Rp 1.500.000	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	5	3	4	4	5	4	5
P	20	> Rp 1.500.000	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	
P	21	≤ Rp 1.500.000	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	5	5	4	4	4	5	5	5	
P	21	≤ Rp 1.500.000	5	4	5	3	4	5	4	4	5	5	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	
P	20	≤ Rp 1.500.000	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	
L	22	≤ Rp 1.500.000	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
L	22	≤ Rp 1.500.000	3	3	3	5	4	3	4	3	3	2	2	2	4	4	5	5	4	5	4	4	4	
P	21	≤ Rp 1.500.000	5	5	5	3	5	3	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	5	5	
P	21	≤ Rp 1.500.000	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
P	19	≤ Rp 1.500.000	4	4	4	5	3	4	3	3	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	
P	20	> Rp 1.500.000	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	
P	21	≤ Rp 1.500.000	4	2	5	4	4	3	2	2	1	2	4	2	4	4	4	4	2	2	4	5	4	
P	24	≤ Rp 1.500.000	3	4	4	4	3	3	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	
L	21	≤ Rp 1.500.000	5	3	5	4	5	4	3	4	3	2	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	
P	21	≤ Rp 1.500.000	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	
P	22	> Rp 1.500.000	3	4	3	4	5	4	3	5	5	2	5	4	3	4	5	5	4	3	2	5	5	
P	19	≤ Rp 1.500.000	5	4	5	5	5	3	3	5	4	2	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	
P	23	≤ Rp 1.500.000	5	3	4	5	3	3	4	2	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	3	3	
P	21	≤ Rp 1.500.000	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	3	5	5	5	5	
P	21	≤ Rp 1.500.000	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	5	4	5	5	4	5	
L	24	> Rp 1.500.000	4	3	2	3	4	2	2	2	3	2	5	3	3	3	4	5	3	3	3	5	5	
P	20	≤ Rp 1.500.000	5	4	5	5	5	3	5	5	4	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
P	17	≤ Rp 1.500.000	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	4	3	5	4	5	5	5	4	5	4	5	
P	20	≤ Rp 1.500.000	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
L	22	> Rp 1.500.000	1	5	1	5	5	1	5	5	1	1	1	1	1	1	5	1	5	1	1	5	5	
L	24	> Rp 1.500.000	4	3	3	5	3	3	4	4	5	3	4	3	3	2	5	5	3	4	3	4	4	
L	18	> Rp 1.500.000	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2	4	3	4	3	4	5	4	3	4	4	4	
L	21	≤ Rp 1.500.000	4	5	5	5	5	3	4	4	3	3	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	

## Lampira 4 Lanjutan

L	24	≤ Rp 1.500.000	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	5	3	4	3	5	5	5
L	22	≤ Rp 1.500.000	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4
P	21	≤ Rp 1.500.000	5	5	4	4	4	3	4	3	3	2	2	3	3	5	5	3	3	3	4	4	4	
P	21	≤ Rp 1.500.000	4	4	3	4	2	2	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
L	23	> Rp 1.500.000	3	3	5	3	5	5	3	3	1	1	2	2	5	4	4	5	1	3	3	3	5	3
P	21	≤ Rp 1.500.000	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4
L	24	> Rp 1.500.000	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	2	2	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3
P	22	> Rp 1.500.000	4	3	4	4	3	3	3	3	3	5	5	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	4
L	19	≤ Rp 1.500.000	4	4	5	4	4	4	5	4	3	3	5	5	3	3	5	5	4	4	5	5	5	5
P	21	≤ Rp 1.500.000	4	4	5	4	3	4	3	4	4	2	5	5	5	3	4	4	2	4	4	4	4	4
P	21	≤ Rp 1.500.000	3	3	5	4	2	3	2	3	3	3	5	4	4	5	5	5	4	3	3	4	4	4
L	22	≤ Rp 1.500.000	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
P	21	≤ Rp 1.500.000	5	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3	1	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4
L	21	> Rp 1.500.000	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4
P	21	≤ Rp 1.500.000	3	3	3	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	5	5
L	21	≤ Rp 1.500.000	5	3	4	5	4	2	2	3	2	3	4	2	3	4	5	5	4	4	4	5	5	4
P	22	≤ Rp 1.500.000	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	1	3	4	5	5	4	5	5	5	5	4
P	22	≤ Rp 1.500.000	5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4
L	21	≤ Rp 1.500.000	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	2	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4
L	21	> Rp 1.500.000	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
P	21	> Rp 1.500.000	3	4	5	5	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	5	5	5	4	3	5	5	4
P	23	> Rp 1.500.000	5	5	5	4	5	5	4	4	3	4	5	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5
P	21	> Rp 1.500.000	5	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
L	22	> Rp 1.500.000	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	5	5	3	2	5	5	2	3	3	5	5	4
P	22	≤ Rp 1.500.000	5	5	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	5	4	3	4	3	3	4
P	22	≤ Rp 1.500.000	3	2	5	4	3	3	4	3	2	2	2	3	3	4	5	5	5	5	5	4	5	4
P	21	≤ Rp 1.500.000	4	4	4	5	5	3	3	3	4	3	3	2	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4
P	22	≤ Rp 1.500.000	3	2	4	4	4	2	4	4	3	3	4	2	3	3	5	5	5	4	4	4	4	5
P	21	≤ Rp 1.500.000	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	5	5	3	3	4	4	4	4

## Lampira 4 Lanjutan

P	21	≤ Rp 1.500.000	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	5	3	4	4	5	5	5
P	22	≤ Rp 1.500.000	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	3	4	5	5	5	
P	21	≤ Rp 1.500.000	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
P	20	≤ Rp 1.500.000	4	3	4	4	3	3	1	3	5	3	4	3	3	4	5	5	4	3	5	4	5	3	
P	21	≤ Rp 1.500.000	4	4	4	4	4	3	2	3	3	5	4	3	3	4	5	5	5	3	3	4	4	4	
P	20	> Rp 1.500.000	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	
P	22	> Rp 1.500.000	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	
L	23	≤ Rp 1.500.000	4	3	5	3	4	4	2	4	4	5	5	5	4	5	4	5	3	4	4	5	5	4	
L	24	≤ Rp 1.500.000	5	5	4	4	3	3	3	2	2	4	4	4	5	3	5	5	3	3	3	5	5	4	
L	24	≤ Rp 1.500.000	4	4	3	4	3	3	3	2	2	4	4	4	5	3	4	5	3	3	3	5	5	5	
P	19	> Rp 1.500.000	5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	
P	22	≤ Rp 1.500.000	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	
L	21	≤ Rp 1.500.000	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4	5	5	3	5	5	5	4	4	4	5	5	5	
P	20	≤ Rp 1.500.000	4	3	4	4	3	4	2	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	
P	20	> Rp 1.500.000	5	5	4	5	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
P	20	> Rp 1.500.000	4	4	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	
L	25	≤ Rp 1.500.000	5	5	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	5	4	5	5	4	4	4	4	3	
L	22	> Rp 1.500.000	5	5	3	4	5	3	4	3	2	1	3	2	3	4	5	5	5	2	2	5	5	5	
L	24	> Rp 1.500.000	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	
L	22	≤ Rp 1.500.000	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	
P	22	> Rp 1.500.000	4	4	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	5	4	3	3	5	5	4	
L	19	> Rp 1.500.000	4	4	3	4	2	2	2	3	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	
P	22	≤ Rp 1.500.000	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	
P	20	≤ Rp 1.500.000	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	
L	21	≤ Rp 1.500.000	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	3	
L	24	≤ Rp 1.500.000	5	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	
L	22	> Rp 1.500.000	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	
L	22	> Rp 1.500.000	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	
L	23	> Rp 1.500.000	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	

## Lampira 4 Lanjutan

L	19	> Rp 1.500.000	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4
---	----	----------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

\*L = Laki-laki

P= Perempuan



## Lampiran 5 Hasil Uji Validitas dan reliabilitas

### 1. Variabel Niat Pembelian Hijau

```

GET DATA
  /TYPE=XLS
  /FILE='D:\val\jawaban kuesioner.xls'
  /SHEET=name 'Form al'
  /CELLRANGE=full
  /READNAMES=on
  /ASSUMEDSTRWIDTH=32767.
RELIABILITY
  /VARIABLES=G1.Sayatertarikuntukmembeliprodukramahlingkungan G2.ProdukramahlingkunganLebihmenarikdaripadaprodukkonvens G3.SayamencobauntukmembeliprodukramahlingkunganG4.Sayatelahberusahauntukhematdalamgunakanlistrik
g5.JikaadapilihanSayaSelalumenilihproduknyangmenghasilka g6.Sayatelahberalihprodukarenaalasanlingkungantempatkit g7.Sayatelahmeyakin
kankeluargadantemansayauntuktidakhem g8.Sayamenbeliproduknyangmenghasilkansedikitpencemaran
g9.Sayabersediauntukmengeluarkanuangekstrauntukmembeliproduk g9.10Sayamenggunakanashijautasyangbisadigunakanberulan
  /SCALE('GPI') ALL
  /MODEL=ALPHA
  /STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE
  /SUMMARY=TOTAL MEANS.

```

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	193	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	193	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.847	.852	10

### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Saya tertarik untuk membeli produk ramah lingkungan	4.13	.828	193
Produk ramah lingkungan lebih menarik daripada produk konvensional (bukan produk ramah lingkungan)	3.81	.860	193
Saya mencoba untuk membeli produk rumah tangga yang hemat energi	4.02	.835	193
Saya telah berusaha untuk hemat dalam menggunakan listrik	4.11	.773	193
Jika ada pilihan, saya selalu memilih produk yang menghasilkan pencemaran lingkungan paling sedikit	3.91	.876	193
Saya telah beralih produk karena alasan lingkungan tempat kita hidup	3.48	.830	193
Saya telah meyakinkan keluarga dan teman saya untuk tidak membeli produk yang berbahaya bagi lingkungan	3.49	.936	193
Saya membeli produk yang menghasilkan sedikit pencemaran	3.59	.874	193
Saya bersedia mengeluarkan uang ekstra untuk membeli produk yang tidak berbahaya bagi lingkungan	3.49	.963	193
Saya menggunakan tas hijau / tas yang bisa digunakan berulang untuk belanja	3.31	1.135	193

### Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.734	3.311	4.130	.819	1.247	.089	10

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Saya tertarik untuk membeli produk ramah lingkungan	33.21	28.259	.554	.386	.833
Produk ramah lingkungan lebih menarik daripada produk konvensional (bukan produk ramah lingkungan)	33.53	27.948	.566	.396	.831
Saya mencoba untuk membeli produk rumah tangga yang hemat energi	33.32	28.603	.507	.335	.836
Saya telah berusaha untuk hemat dalam menggunakan listrik	33.23	28.937	.516	.319	.836
Jika ada pilihan, saya selalu memilih produk yang menghasilkan pencemaran lingkungan paling sedikit	33.42	28.194	.523	.347	.835
Saya telah beralih produk karena alasan lingkungan tempat kita hidup	33.86	27.475	.651	.469	.824
Saya telah meyakinkan keluarga dan teman saya untuk tidak membeli produk yang berbahaya bagi lingkungan	33.85	27.691	.534	.357	.834
Saya membeli produk yang menghasilkan sedikit pencemaran	33.75	26.982	.670	.528	.822

### Item-Total Statistics Lanjutan

Saya bersedia mengeluarkan uang ekstra untuk membeli produk yang tidak berbahaya bagi lingkungan	33.84	27.299	.556	.386	.832
Saya menggunakan tas hijau / tas yang bisa digunakan berulang untuk belanja	34.03	27.275	.444	.273	.847

### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
37.34	33.829	5.816	10

## 2. Variabel Pengetahuan Lingkungan

### RELIABILITY

```

/VARIABLES=k.1Polusidikotakotabesarkebanyakancerasaldarimobil k2.Hampirsemuapolusiyangadadiatmosferdisebabkanolehmobik3.Pestisida
akamemburukmenjadizatkiaberbahayasetelah2
/SCALE('Environmental Knowledge') ALL
/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE
/SUMMARY=TOTAL MEANS.

```

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	193	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	193	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.



**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.670	.667	3

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
Polusi di kota-kota besar kebanyakan berasal dari mobil	3.88	.938	193
Hampir semua polusi yang ada di atmosfer disebabkan oleh mobil	3.34	1.049	193
Pestisida akan memburuk menjadi zat kimia berbahaya setelah 200 tahun	3.84	.854	193

**Summary Item Statistics**

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.686	3.342	3.876	.534	1.160	.089	3

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
k.1 Polusi di kota-kota besar kebanyakan berasal dari mobil	7.18	2.295	.606	.389	.405
k2. Hampir semua polusi yang ada di atmosfer disebabkan oleh mobil	7.72	2.174	.525	.349	.519
k3. Pestisida akan memburuk menjadi zat kimia berbahaya setelah 200 tahun	7.22	3.140	.340	.128	.738

### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11.06	4.898	2.213	3

### 3. Variabel Kepedulian Lingkungan

#### RELIABILITY

```

/VARIABLES=c1.Sayamerasakhawatirjikaaktivitaskonsumsi yangsayalakuka c2.Kitaharusmelakukanupaya yangterbaikuntukmenjagalingkun c3.Pemmasalahanlingkungammerupakan tanggungjawabsemuaorang c4.Sayakhawatirjikamakananyangsayamakan mengandungpestisi
c5.Sayamarahketikamengetahuidampakdaripolusiudara terhadac6.Sayamerasamarahketikamengetahui polusiyangdisebabkanol
/SCALE('environmental concern') ALL
/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE
/SUMMARY=TOTAL MEANS.

```

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	193	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	193	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.825	.828	6

### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Saya merasa khawatir jika aktivitas konsumsi yang saya lakukan dapat merusak lingkungan	3.95	.806	193
Kita harus melakukan upaya yang terbaik untuk menjaga lingkungan	4.41	.702	193
Permasalahan lingkungan merupakan tanggung jawab semua orang	4.66	.643	193
Saya khawatir jika makanan yang saya makan mengandung pestisida	4.14	.845	193
Saya marah ketika mengetahui dampak dari polusi udara terhadap lingkungan	3.84	.817	193
c6.Saya merasa marah ketika mengetahui polusi yang disebabkan oleh pabrik-pabrik	3.94	.808	193

### Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.156	3.839	4.658	.819	1.213	.101	6

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Saya merasa khawatir jika aktivitas konsumsi yang saya lakukan dapat merusak lingkungan	20.98	8.140	.584	.348	.798
Kita harus melakukan upaya yang terbaik untuk menjaga lingkungan	20.53	8.646	.566	.432	.802
Permasalahan lingkungan merupakan tanggung jawab semua orang	20.28	8.755	.606	.447	.797
Saya khawatir jika makanan yang saya makan mengandung pestisida	20.80	8.277	.511	.283	.816
Saya marah ketika mengetahui dampak dari polusi udara terhadap lingkungan	21.10	7.860	.644	.595	.785
Saya merasa marah ketika mengetahui polusi yang disebabkan oleh pabrik-pabrik	21.00	7.813	.667	.601	.780

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
24.94	11.475	3.388	6

#### 4. Variabel Sikap

##### RELIABILITY

```

/VARIABLES=a1.Sayamenyukaiideprodukhiجاuprodukramahlingkungan a2.Produkhiجاuprodukramahlingkunganadalahideyangbagus a3.Sayamempuny
aisikapyangpositifterhadapprodukhiجاuprod
/SCALE('attitude') ALL
/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE
/SUMMARY=TOTAL MEANS.

```

##### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	193	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	193	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.865	.868	3

##### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Saya menyukai ide produk hijau (produk ramah lingkungan)	4.33	.672	193
Produk hijau (produk ramah lingkungan) adalah ide yang bagus	4.50	.638	193
Saya mempunyai sikap yang positif terhadap produk hijau (produk ramah lingkungan)	4.30	.731	193

### Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.377	4.301	4.497	.197	1.046	.011	3

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Saya menyukai ide produk hijau (produk ramah lingkungan)	8.80	1.527	.790	.652	.766
Produk hijau (produk ramah lingkungan) adalah ide yang bagus	8.63	1.630	.769	.630	.790
Saya mempunyai sikap yang positif terhadap produk hijau (produk ramah lingkungan)	8.83	1.528	.680	.463	.875

### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
13.13	3.290	1.814	3

## Lampiran 6 Hasil Uji Regresi

```

COMPUTE GPI=(G1.Sayatertarikuntukmembeliprodukramahlingkungan + G2.ProdukramahlingkunganLebihmenarikdaripadaprodukkonvens + G3.Sayam
encobauntukmembeliprodukramahtanggayanghematene + G4.SayateLahberusahauntukhematdalamgunakanlistrik +
g5.Jikaadapilihansayaselalumemilihproduknyamenghasilka + g6.SayateLahberalihprodukarenaalasanlingkunganempatkit + g7.SayateLahmey
akinkankeluargadantemansayaunttidaknem + g8.Sayamembeliproduknyamenghasilkansedikitpencemaran +
g9.Sayabersediameluarkanuangekstrauntukmembeliproduky + @9.10$ayamenggunakantashijautasyangbisadigunakanberulan)/10.
EXECUTE.
COMPUTE EK=(k.1Polusidikotakotabesarkebanyakanasaldarimobil + k2.Hampirsemuapolusiyangadadiatmosferdisebabkanolehmob + k3.Pestis
idaakanmemburukmenjadizatkimiaberbahayasetelah2) / 3.
EXECUTE.
COMPUTE EC=(c1.Sayamerasakhawatirjikaaktivitaskonsumsinyangsayalakuka + c2.KitaharusmelakukanupayaYangterbaikuntukmenjagalingkun + c3
.Permasalahanlingkunganmerupakantanggungjawabsemuaorang + c4.Sayakhawatirjikamakananyangsayamakamengandungpestisi +
c5.Sayamarahketikamengetahuidampardaripolusiuadaraterhada + c6.Sayamerasamarahketikamengetahuipolusiyangdisebabkanol) / 6.
EXECUTE.
COMPUTE Attitude=(a1.Sayamenyukaiideprodukhijauprodukramahlingkungan + a2.Produkhijauprodukramahlingkunganadalahideyangbagus + a3.Sa
yamempunyaisikapYangpositiftherhadapprodukhijauprod) / 3.
EXECUTE.
REGRESSION
/DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT GPI
/METHOD=ENTER EK.

```

### 1. H1=Pengaruh Pengetahuan Lingkungan terhadap Niat Pembelian Produk Hijau

#### Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
GPI	3.7337	.58162	193
EK	3.6857	.73770	193

### Correlations

		GPI	EK
Pearson Correlation	GPI	1.000	.402
	EK	.402	1.000
Sig. (1-tailed)	GPI	.	.000
	EK	.000	.
N	GPI	193	193
	EK	193	193

### Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	EK <sup>a</sup>		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: GPI

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.402 <sup>a</sup>	.162	.157	.53387

a. Predictors: (Constant), EK

### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.513	1	10.513	36.886	.000 <sup>a</sup>
	Residual	54.438	191	.285		
	Total	64.951	192			

a. Predictors: (Constant), EK

b. Dependent Variable: GPI



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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.565	.196		13.065	.000
EK	.317	.052	.402	6.073	.000

a. Dependent Variable: GPI

## 2. H2=Pengaruh Pengetahuan Lingkungan terhadap Niat Pembelian Produk Hijau

```

REGRESSION
/DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT GPI
/METHOD=ENTER EC.

```

**Descriptive Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
GPI	3.7337	.58162	193
EC	4.1563	.56459	193

### Correlations

		GPI	EC
Pearson Correlation	GPI	1.000	.663
	EC	.663	1.000
Sig. (1-tailed)	GPI	.	.000
	EC	.000	.
N	GPI	193	193
	EC	193	193

### Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	EC <sup>a</sup>		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: GPI

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.663 <sup>a</sup>	.440	.437	.43656

a. Predictors: (Constant), EC

### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28.550	1	28.550	149.804	.000 <sup>a</sup>
	Residual	36.401	191	.191		
	Total	64.951	192			

a. Predictors: (Constant), EC

b. Dependent Variable: GPI

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.895	.234		3.824	.000
	EC	.683	.056	.663	12.239	.000

a. Dependent Variable: GPI

### 3. H3=Pengaruh Pengetahuan Lingkungan terhadap Sikap

```

REGRESSION
/DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Attitude
/METHOD=ENTER EK.

```

## Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Attitude	4.3765	.60465	193
EK	3.6857	.73770	193

## Correlations

		Attitude	EK
Pearson Correlation	Attitude	1.000	.323
	EK	.323	1.000
Sig. (1-tailed)	Attitude	.	.000
	EK	.000	.
N	Attitude	193	193
	EK	193	193

**Variables Entered/Removed<sup>b</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	EK <sup>a</sup>		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Attitude

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.323 <sup>a</sup>	.104	.099	.57384

a. Predictors: (Constant), EK

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.301	1	7.301	22.171	.000 <sup>a</sup>
	Residual	62.895	191	.329		
	Total	70.196	192			

a. Predictors: (Constant), EK

b. Dependent Variable: Attitude

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.402	.211		16.125	.000
	EK	.264	.056	.323	4.709	.000

a. Dependent Variable: Attitude

#### 4. H4= Kepedulian Lingkungan terhadap Sikap

```

REGRESSION
  /DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT Attitude
  /METHOD=ENTER EC.

```

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
Attitude	4.3765	.60465	193
EC	4.1563	.56459	193

Correlations			
		Attitude	EC
Pearson Correlation	Attitude	1.000	.631
	EC	.631	1.000
Sig. (1-tailed)	Attitude	.	.000
	EC	.000	.
N	Attitude	193	193
	EC	193	193

#### Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	EC <sup>a</sup>		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Attitude

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.631 <sup>a</sup>	.398	.395	.47026

a. Predictors: (Constant), EC

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	27.957	1	27.957	126.417	.000 <sup>a</sup>
	Residual	42.239	191	.221		
	Total	70.196	192			

a. Predictors: (Constant), EC

b. Dependent Variable: Attitude

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.567	.252		6.217	.000
	EC	.676	.060	.631	11.244	.000

a. Dependent Variable: Attitude

**5. H5= Pengaruh Sikap terhadap Niat Pembelian Produk Hijau**

```

REGRESSION
  /DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT GPI
  /METHOD=ENTER Attitude.

```

**Descriptive Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
GPI	3.7337	.58162	193
Attitude	4.3765	.60465	193

**Correlations**

		GPI	Attitude
Pearson Correlation	GPI	1.000	.546
	Attitude	.546	1.000
Sig. (1-tailed)	GPI	.	.000
	Attitude	.000	.
N	GPI	193	193
	Attitude	193	193

**Variables Entered/Removed<sup>b</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Attitude <sup>a</sup>		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: GPI

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.546 <sup>a</sup>	.298	.294	.48863

a. Predictors: (Constant), Attitude

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	19.348	1	19.348	81.033	.000 <sup>a</sup>
	Residual	45.603	191	.239		
	Total	64.951	192			

a. Predictors: (Constant), Attitude

b. Dependent Variable: GPI

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.436	.258		5.573	.000
	Attitude	.525	.058	.546	9.002	.000

a. Dependent Variable: GPI

## 6. H6= Pengaruh Pengetahuan Lingkungan terhadap Niat Pembelian

### Produk Hijau yang dimediasi oleh Sikap

```
REGRESSION
  /DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT GPI
  /METHOD=ENTER EK Attitude.
```

## Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
GPI	3.7337	.58162	193
EK	3.6857	.73770	193
Attitude	4.3765	.60465	193



### Correlations

		GPI	EK	Attitude
Pearson Correlation	GPI	1.000	.402	.546
	EK	.402	1.000	.323
	Attitude	.546	.323	1.000
Sig. (1-tailed)	GPI	.	.000	.000
	EK	.000	.	.000
	Attitude	.000	.000	.
N	GPI	193	193	193
	EK	193	193	193
	Attitude	193	193	193

### Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Attitude, EK <sup>a</sup>		Enter

a. All requested variables entered.

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.596 <sup>a</sup>	.355	.348	.46955

a. Predictors: (Constant), Attitude, EK

### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	23.060	2	11.530	52.296	.000 <sup>a</sup>
	Residual	41.891	190	.220		
	Total	64.951	192			

a. Predictors: (Constant), Attitude, EK

b. Dependent Variable: GPI

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.045	.265		3.939	.000
	EK	.199	.049	.253	4.103	.000
	Attitude	.447	.059	.464	7.544	.000

a. Dependent Variable: GPI

### 7. H7= Pengaruh Kepedulian Lingkungan terhadap Niat Pembelian Produk Hijau yang dimediasi oleh Sikap

```

REGRESSION
/DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT GPI
/METHOD=ENTER EC Attitude.

```

**Descriptive Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
GPI	3.7337	.58162	193
EC	4.1563	.56459	193
Attitude	4.3765	.60465	193

### Correlations

		GPI	EC	Attitude
Pearson Correlation	GPI	1.000	.663	.546
	EC	.663	1.000	.631
	Attitude	.546	.631	1.000
Sig. (1-tailed)	GPI	.	.000	.000
	EC	.000	.	.000
	Attitude	.000	.000	.
N	GPI	193	193	193
	EC	193	193	193
	Attitude	193	193	193

### Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Attitude, EC <sup>a</sup>		Enter

a. All requested variables entered.

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.683 <sup>a</sup>	.467	.461	.42704

a. Predictors: (Constant), Attitude, EC

### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	30.301	2	15.151	83.078	.000 <sup>a</sup>
	Residual	34.650	190	.182		
	Total	64.951	192			

a. Predictors: (Constant), Attitude, EC

b. Dependent Variable: GPI

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.576	.251		2.293	.023
	EC	.545	.070	.529	7.750	.000
	Attitude	.204	.066	.212	3.099	.002

a. Dependent Variable: GPI



### Lampiran 7 Hasil Regresi Uji Beda

```
T-TEST GROUPS=JenisKelamin(1 2)
/MISSING=ANALYSIS
/VARIABLES=GPI EK EC Attitude
/CRITERIA=CI(.95).
```

#### Group Statistics

	Jenis Kelamin	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
GPI	1	72	3.6431	.59996	.07071
	2	121	3.7876	.56606	.05146
EK	1	72	3.6574	.77515	.09135
	2	121	3.7025	.71725	.06520
EC	1	72	4.0162	.60911	.07178
	2	121	4.2397	.52126	.04739
Attitude	1	72	4.3102	.69500	.08191
	2	121	4.4160	.54311	.04937

**Independent Sample T Test**

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
								95% Confidence Interval of the Difference		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
GPI	Equal variances assumed	.025	.876	-1.678	191	.095	-.14455	.08616	-.31450	.02541
	Equal variances not assumed			-1.653	142.485	.101	-.14455	.08745	-.31741	.02832
EK	Equal variances assumed	.015	.901	-.410	191	.683	-.04507	.11004	-.26212	.17197
	Equal variances not assumed			-.402	140.237	.689	-.04507	.11224	-.26696	.17682
EC	Equal variances assumed	.261	.610	-2.703	191	.008	-.22347	.08269	-.38656	-.06037
	Equal variances not assumed			-2.598	131.579	.010	-.22347	.08601	-.39362	-.05331
Attitude	Equal variances assumed	2.686	.103	-1.177	191	.241	-.10579	.08991	-.28313	.07154
	Equal variances not assumed			-1.106	122.410	.271	-.10579	.09564	-.29511	.08352

```

T-TEST GROUPS=Usia(1 2)
/MISSING=ANALYSIS
/VARIABLES=GPI EK EC Attitude
/CRITERIA=CI(.95).

```

**Group Statistics**

	Usia	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
GPI	1	125	3.7496	.58841	.05263
	2	68	3.7044	.57210	.06938
EK	1	125	3.6853	.75290	.06734
	2	68	3.6863	.71442	.08664
EC	1	125	4.2173	.54716	.04894
	2	68	4.0441	.58279	.07067
Attitude	1	125	4.3893	.61162	.05470
	2	68	4.3529	.59540	.07220

### Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
									95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2- tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
GPI	Equal variances assumed	.056	.814	.515	191	.607	.04519	.08781	-.12801	.21839
	Equal variances not assumed			.519	141.061	.605	.04519	.08708	-.12696	.21734
EK	Equal variances assumed	.465	.496	-.008	191	.993	-.00094	.11145	-.22077	.21889
	Equal variances not assumed			-.009	144.013	.993	-.00094	.10973	-.21783	.21595
EC	Equal variances assumed	.735	.392	2.053	191	.041	.17322	.08437	.00680	.33963
	Equal variances not assumed			2.015	130.452	.046	.17322	.08596	.00315	.34328
Attitude	Equal variances assumed	.003	.960	.399	191	.691	.03639	.09131	-.14372	.21650
	Equal variances not assumed			.402	140.911	.688	.03639	.09059	-.14269	.21548



```

T-TEST GROUPS=UangSakuperBulan(1 2)
/MISSING=ANALYSIS
/VARIABLES=GPI EK EC Attitude
/CRITERIA=CI(.95).

```

### Group Statistics

	Uang Saku per Bulan	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
GPI	1	124	3.7661	.58405	.05245
	2	69	3.6754	.57686	.06945
EK	1	124	3.6720	.74836	.06720
	2	69	3.7101	.72291	.08703
EC	1	124	4.2056	.54933	.04933
	2	69	4.0676	.58461	.07038
Attitude	1	124	4.4167	.61687	.05540
	2	69	4.3043	.57944	.06976

**Independent Samples Test**

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
									95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
GPI	Equal variances assumed	.351	.554	1.039	191	.300	.09077	.08734	-.08150	.26303
	Equal variances not assumed			1.043	142.135	.299	.09077	.08703	-.08127	.26280
EK	Equal variances assumed	.103	.748	-.343	191	.732	-.03810	.11105	-.25715	.18094
	Equal variances not assumed			-.347	144.813	.729	-.03810	.10996	-.25543	.17922
EC	Equal variances assumed	.537	.465	1.635	191	.104	.13801	.08443	-.02852	.30454
	Equal variances not assumed			1.606	133.429	.111	.13801	.08595	-.03198	.30800
Attitude	Equal variances assumed	.021	.885	1.239	191	.217	.11232	.09069	-.06656	.29120
	Equal variances not assumed			1.261	148.225	.209	.11232	.08908	-.06371	.28834