

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Pra-Kuesioner

Selamat pagi/siang/sore/malam!

Perkenalkan saya Jason Tanru. Saya merupakan mahasiswa aktif semester 7 pada Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie dengan program studi Administrasi Bisnis.

Saat ini saya sedang melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh *Green Marketing* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Produk (*Homecare*) PT Unilever Indonesia Tbk. (Studi pada Gen Z di Daerah Khusus Jakarta)".

Produk perawatan rumah atau produk *homecare* adalah berbagai jenis barang atau bahan yang digunakan untuk membersihkan, merawat, atau menjaga kebersihan dan kenyamanan rumah.

Adapun yang termasuk ke dalam produk perawatan rumah (*homecare*) milik PT Unilever Indonesia Tbk, adalah sebagai berikut:

- **Rinso** (Sabun Pencuci Pakaian)
- **Sunlight** (Sabun Pencuci Piring)
- **Cif** (Pembersih Dapur)
- **Superpell** (Pembersih Lantai)
- **Wipol** (Pembersih Lantai & Toilet)
- **Vixal** (Pembersih Toilet)
- **Molto** (Pewangi & Pelembut Pakaian)





Dalam pengisian kuesioner ini **tidak ada jawaban benar atau salah**. Jawaban terbaik adalah jawaban yang **jujur dan paling menggambarkan kondisi Anda yang sebenarnya**. Penelitian ini bersifat **sukarela dan tanpa paksaan**.

Segala informasi yang didapatkan dalam penelitian ini akan **disimpan dan dijaga kerahasiaannya** oleh peneliti dan **hanya digunakan sebagai keperluan penelitian**. Selanjutnya, apabila akan dilakukan publikasi hasil penelitian, seluruh identitas partisipan dalam penelitian tidak akan dicantumkan.

Apabila Anda memiliki pertanyaan terkait penelitian ini, Anda dapat menghubungi Jason (jasontanru14@gmail.com).

Bantuan yang Anda berikan sangat berarti bagi keberhasilan penelitian ini. Atas kesediaan waktu dan partisipasi Anda, saya ucapkan terima kasih.

Salam hormat,

**Peneliti**

Jason Tanru

### Bagian 1 – Syarat Penelitian

Apakah anda pernah membeli produk perawatan rumah (*Homecare*) PT Unilever

Indonesia Tbk?

- Ya
- Tidak (kuesioner berakhir disini)

### Bagian 2 – Deskripsi Responden

1. Nama Lengkap:
2. Jenis Kelamin:

Hak cipta milik IBIKGG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKGG.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKGG.



- Laki-laki
- Perempuan

**C**

3. Tahun Kelahiran

- 1997-1999
- 2000-2002
- 2003-2005
- 2006-2009
- 2010-2012

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4. Domisili / Tempat Tinggal

- Kep. Seribu
- Jakarta Barat
- Jakarta Pusat
- Jakarta Selatan
- Jakarta Timur
- Jakarta Utara
- Lainnya...

5. Pekerjaan

- Siswa SD/SMP/SMA
- Mahasiswa (S1/S2)
- Karyawan
- Wirausahawan

6. Apakah anda secara sadar membeli produk perawatan rumah (Homecare) PT

Unilever Indonesia Tbk tanpa pengaruh orang lain?

- Ya
- Tidak

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



7. Apakah anda mengetahui tentang kampanye #EasyGreen yang disuarakan oleh

Unilever?

- Ya
- Tidak (kuesioner berakhir disini)

**Bagian 3 – Petunjuk Pengisian Kuesioner**

Bacalah setiap kalimat pernyataan secara menyeluruh dan pilih salah satu jawaban pada pilihan yang telah disediakan.

Keterangan:

- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3 = Netral (N)
- 4 = Setuju (S)
- 5 = Sangat Setuju (SS)

**Bagian 4 – Green Marketing**

No.	Pernyataan	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
1	Saya mengetahui bahwa produk homecare Unilever diproduksi dengan cara yang ramah lingkungan					
2	Saya mengetahui produk homecare Unilever memiliki label hijau (eco-label)					
3	Saya mengetahui bahwa produk homecare Unilever menggunakan bahan yang dapat didaur ulang					
4	Saya lebih memilih produk homecare Unilever yang ramah lingkungan meskipun sedikit lebih mahal					
5	Menurut saya harga produk homecare yang saya bayarkan sesuai dengan manfaat yang saya terima					

Hak cipta milik BIKK (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) dan formasi BIKK (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie).  
 Hak cipta Dinda Dinda Undang-Undang.  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar BIKK.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin BIKK.



No.	Pernyataan	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
6	Saya mengetahui komitmen pelestarian lingkungan PT Unilever Indonesia melalui kampanye Unilever #EasyGreen pada produk homecare					
7	Saya dapat dengan mudah mendapatkan produk homecare Unilever tanpa perlu mengeluarkan bahan bakar yang merusak lingkungan					

### Bagian 5 – Brand Image

No.	Pernyataan	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
1	Yang pertama kali terlintas dalam pikiran saya ketika ingin membeli produk homecare adalah produk Unilever					
2	Menurut saya produk homecare Unilever mudah diingat					
3	Saya merasa percaya dengan produk perawatan rumah homecare Unilever					
4	Saya merasa produk homecare Unilever dapat memenuhi kebutuhan perawatan rumah					
5	Saya mengetahui produk homecare Unilever menggunakan bahan ramah lingkungan					

### Bagian 6 – Keputusan Pembelian

No.	Pernyataan	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
1	Saya memilih produk homecare Unilever karena memiliki berbagai pilihan produk sesuai kebutuhan					
2	Saya memilih produk homecare Unilever karena memiliki brand image yang baik					
3	Saya memilih produk homecare Unilever karena sudah nyaman					
4	Saya memilih produk homecare Unilever mudah ditemukan dimana saja					
5	Saya memilih produk homecare Unilever dapat dibeli kapan saja dibutuhkan					
6	Saya memilih produk homecare Unilever karena mudah dibeli dalam jumlah yang banyak sesuai kebutuhan					
7	Saya memilih produk homecare Unilever karena memiliki berbagai jenis metode pembayaran					

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Lampiran 2. Deskripsi Responden Pra-Kuesioner

©

No	Nama Lengkap	Jenis Kelamin	Tahun Kelahiran	Domisili/ Tempat Tinggal	Pekerjaan	Apakah Anda secara sadar membeli produk perawatan rumah (Homecare) PT Unilever Indonesia Tbk tanpa pengaruh orang lain?	Apakah Anda mengetahui tentang kampanye #EasyGreen yang disuarakan oleh Unilever?
1	Rangga Gunawan	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Barat	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
2	Nathaniel Jusen L.	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Barat	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
3	Rayhan Suhartono	Laki-laki	2000-2002	Jakarta Selatan	Karyawan	Ya	Ya
4	Vanessa	Perempuan	1997-1999	Jakarta Barat	Karyawan	Ya	Ya
5	Hendry	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Pusat	Karyawan	Ya	Ya
6	Husnia Zakiya A.	Perempuan	1997-1999	Jakarta Pusat	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Tidak
7	Haiz Ziqri	Laki-laki	2000-2002	Jakarta Barat	Karyawan	Ya	Ya
8	N	Perempuan	1997-1999	Jakarta Pusat	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Tidak
9	Sharon	Perempuan	1997-1999	Jakarta Pusat	Karyawan	Ya	Tidak
10	Jacky Felix	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Pusat	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
11	Ismail Yusuf G.	Laki-laki	1997-1999	Jakarta Timur	Karyawan	Ya	Ya
12	Lia Lindawati	Perempuan	2003-2005	Jakarta Pusat	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
13	Kevin Khosasih	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Selatan	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
14	Yansen Riady	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Barat	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
15	Ayu	Perempuan	2000-2002	Batam	Karyawan	Tidak	Tidak
16	Catarina Tania A.	Perempuan	2000-2002	Jakarta Timur	Karyawan	Ya	Ya
17	Felicia Fortuna	Perempuan	2000-2002	Jakarta Pusat	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
18	Dayies Arianto	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Pusat	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
19	Michael Philip S.	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
20	Chloe	Perempuan	1997-1999	Jakarta Barat	Karyawan	Ya	Ya
21	Faza	Laki-laki	2000-2002	Jakarta Pusat	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Tidak
22	Adzani Billian S.	Laki-laki	1997-1999	Jakarta Barat	Karyawan	Ya	Ya

Hak Cipta milik IBKKG (Institut Bisnis dan Keguruan Kwik Kian Gie) dan dilindungi Undang-Undang. Penulisan karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



No	Nama Lengkap	Jenis Kelamin	Tahun Kelahiran	Domisili/ Tempat Tinggal	Pekerjaan	Apakah Anda secara sadar membeli produk perawatan rumah (Homecare) PT Unilever Indonesia Tbk tanpa pengaruh orang lain?	Apakah Anda mengetahui tentang kampanye #EasyGreen yang disuarakan oleh Unilever?
23	Aisyah Salsabila	Perempuan	1997-1999	Jakarta Selatan	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Tidak
24	Serafina A.	Perempuan	1997-1999	Tangerang	Karyawan	Ya	Tidak
25	Agustina Maureen M.	Perempuan	1997-1999	Jakarta Barat	Karyawan	Ya	Tidak
26	Nazwa	Perempuan	2003-2005	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Tidak
27	Eikki Sutopo	Laki-laki	2000-2002	Jakarta Barat	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
28	Nelson Alfian	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Selatan	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
29	Angga Naga Sastra	Laki-laki	1997-1999	Jakarta Timur	Karyawan	Ya	Ya
30	Felik hidayat	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Barat	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
31	Erlinda bernady	Perempuan	2003-2005	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
32	Caroline	Perempuan	2003-2005	Kep. Seribu	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
33	Agnes alvita	Perempuan	2003-2005	Jakarta Selatan	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
34	Jonathan AW	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Timur	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
35	Wawan Yonatan	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
36	Meliana	Perempuan	2000-2002	Jakarta Timur	Wirausahawan	Ya	Ya
37	Sara Gabreila Pai	Perempuan	2006-2009	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
38	Viona Audryana P.	Perempuan	2006-2009	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Tidak
39	Excellin Esterlina	Perempuan	2006-2009	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
40	Bethania Tanoey	Perempuan	2003-2005	Jakarta Pusat	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya

© Hak cipta

Institut Bisnis

g. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
h. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Lampiran 3. Sampel 30 Data Responden (Data bersih) – Variabel *Green Marketing*

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7
4	4	4	4	5	4	4
5	4	4	4	5	5	5
4	4	5	5	4	3	5
4	4	4	4	5	4	4
5	4	4	4	5	5	5
4	4	5	5	4	3	5
4	5	4	5	5	4	4
3	3	3	4	5	4	4
4	5	3	2	3	4	4
5	5	5	4	5	5	5
4	4	4	5	5	4	4
5	5	5	4	5	5	3
4	5	4	4	5	4	5
4	5	4	4	5	4	5
4	4	3	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	4	4	5
4	4	5	5	2	5	4
3	3	4	2	4	3	4
4	4	4	4	4	3	4
4	4	3	4	5	3	3
3	3	3	4	4	3	4
4	4	3	4	4	4	4
4	5	4	3	5	4	5
5	4	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	4	4	3
5	5	5	4	5	5	5
4	4	4	5	5	4	5

Lampiran 4. Sampel 30 Data Responden (Data bersih) – Variabel *Brand Image*

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5
3	4	4	5	4
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
3	4	4	5	4
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	4
4	5	4	5	3
3	3	4	4	3
4	5	5	5	5



X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5
4	5	4	5	5
5	5	5	5	3
4	5	5	5	4
4	5	5	5	3
5	5	5	5	5
5	5	4	5	5
5	5	4	5	4
5	4	3	4	3
2	5	5	5	4
2	3	3	4	3
3	4	4	4	4
4	5	4	4	4
5	5	5	5	5
3	3	4	4	3
4	3	4	5	4
5	5	4	5	5
5	5	5	5	5
4	3	3	3	4
5	5	5	5	4
5	5	5	5	4

Lampiran 5. Sampel 30 Data Responden (Data bersih) – Variabel Keputusan Pembelian

Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7
3	3	4	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5
5	3	5	5	5	5	5
5	3	4	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5
5	3	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	3	3
5	4	4	4	4	2	3
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	4	4	5	4
5	5	4	5	5	4	3
3	3	5	5	5	5	5
3	3	3	5	5	5	4
4	4	4	5	5	5	5
4	4	2	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5
3	3	4	4	4	4	4

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	3	5	4	3	3	3
4	4	3	5	3	5	4	4
5	5	5	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	3	4	4	4
5	4	5	5	5	4	5	5
5	4	5	5	5	5	4	4

Lampiran 6. Hasil Output Uji Validitas Green Marketing

		Correlations							Total
		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	x1.7	Total
x1.1	Pearson Correlation	1	.586**	.637**	.352	.385*	.663**	.284	.695**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.057	.035	.000	.128	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
x1.2	Pearson Correlation	.586**	1	.394*	.077	.202	.504**	.281	.354
	Sig. (2-tailed)	.001		.031	.688	.285	.005	.133	.055
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
x1.3	Pearson Correlation	.637**	.394*	1	.384*	.027	.406*	.335	.578**
	Sig. (2-tailed)	.000	.031		.036	.889	.026	.070	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
x1.4	Pearson Correlation	.352	.077	.384*	1	.246	.165	.283	.746**
	Sig. (2-tailed)	.057	.688	.036		.190	.383	.130	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
x1.5	Pearson Correlation	.385*	.202	.027	.246	1	.200	.213	.426*
	Sig. (2-tailed)	.035	.285	.889	.190		.289	.258	.019
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
x1.6	Pearson Correlation	.663**	.504**	.406*	.165	.200	1	.230	.524**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.026	.383	.289		.221	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
x1.7	Pearson Correlation	.284	.281	.335	.283	.213	.230	1	.546**
	Sig. (2-tailed)	.128	.133	.070	.130	.258	.221		.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.695**	.354	.578**	.746**	.426*	.524**	.546**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.055	.001	.000	.019	.003	.002	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Lampiran 7. Hasil Output Uji Validitas *Brand Image*

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	Total
x2.1	Pearson Correlation	1	.592**	.404*	.386*	.471**	.682**
	Sig. (2-tailed)		.001	.027	.035	.009	.000
	N	30	30	30	30	30	30
x2.2	Pearson Correlation	.592**	1	.698**	.705**	.508**	.830**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30
x2.3	Pearson Correlation	.404*	.698**	1	.707**	.421*	.765**
	Sig. (2-tailed)	.027	.000		.000	.020	.000
	N	30	30	30	30	30	30
x2.4	Pearson Correlation	.386*	.705**	.707**	1	.432*	.781**
	Sig. (2-tailed)	.035	.000	.000		.017	.000
	N	30	30	30	30	30	30
x2.5	Pearson Correlation	.471**	.508**	.421*	.432*	1	.651**
	Sig. (2-tailed)	.009	.004	.020	.017		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.682**	.830**	.765**	.781**	.651**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

Lampiran 8. Hasil Output Uji Validitas Keputusan Pembelian

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

		y.1	y.2	y.3	y.4	y.5	y.6	y.7	Total
y.1	Pearson Correlation	1	.293	.594**	.217	.172	.651**	.396*	.712**
	Sig. (2-tailed)		.115	.001	.250	.363	.000	.030	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
y.2	Pearson Correlation	.293	1	.305	.112	.056	.045	.073	.333
	Sig. (2-tailed)	.115		.101	.555	.769	.815	.703	.072
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
y.3	Pearson Correlation	.594**	.305	1	.079	.372*	.372*	.391*	.635**
	Sig. (2-tailed)	.001	.101		.679	.043	.043	.032	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
y.4	Pearson Correlation	.217	.112	.079	1	.708**	.314	.352	.522**
	Sig. (2-tailed)	.250	.555	.679		.000	.091	.056	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
y.5	Pearson Correlation	.172	.056	.372*	.708**	1	.273	.419*	.587**
	Sig. (2-tailed)	.363	.769	.043	.000		.144	.021	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
y.6	Pearson Correlation	.651**	.045	.372*	.314	.273	1	.686**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000	.815	.043	.091	.144		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
y.7	Pearson Correlation	.396*	.073	.391*	.352	.419*	.686**	1	.680**
	Sig. (2-tailed)	.030	.703	.032	.056	.021	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.712**	.333	.635**	.522**	.587**	.752**	.680**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.072	.000	.003	.001	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



### Lampiran 9.1. Hasil Output Uji Reliabilitas *Green Marketing*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.764	7

### Lampiran 9.2. Hasil Output Uji Reliabilitas *Green Marketing* (Item valid)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.732	6

### Lampiran 10. Hasil Output Uji Reliabilitas *Brand Image*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.833	5

### Lampiran 11.1. Hasil Output Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.764	7

### Lampiran 11.2. Hasil Output Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Item valid)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.798	6

© Hak cipta milik IBI KGG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKGG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKGG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



## Lampiran 12. Kuesioner

Selamat pagi/siang/sore/malam!

Perkenalkan saya Jason Tanru. Saya merupakan mahasiswa aktif semester 7 pada Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie dengan program studi Administrasi Bisnis.

Saat ini saya sedang melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh *Green Marketing* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Produk (*Homecare*) PT Unilever Indonesia Tbk. (Studi pada Gen Z di Daerah Khusus Jakarta)".

Produk perawatan rumah atau produk *homecare* adalah berbagai jenis barang atau bahan yang digunakan untuk membersihkan, merawat, atau menjaga kebersihan dan kenyamanan rumah.

Adapun yang termasuk ke dalam produk perawatan rumah (*homecare*) milik PT Unilever Indonesia Tbk, adalah sebagai berikut:

- **Rinso** (Sabun Pencuci Pakaian)
- **Sunlight** (Sabun Pencuci Piring)
- **Cif** (Pembersih Dapur)
- **Superpell** (Pembersih Lantai)
- **Wipol** (Pembersih Lantai & Toilet)
- **Vixal** (Pembersih Toilet)
- **Molto** (Pewangi & Pelembut Pakaian)

Dalam pengisian kuesioner ini **tidak ada jawaban benar atau salah**. Jawaban terbaik adalah jawaban yang **jujur** dan **paling menggambarkan kondisi Anda yang sebenarnya**. Penelitian ini bersifat **sukarela dan tanpa paksaan**.



Segala informasi yang didapatkan dalam penelitian ini akan **disimpan** dan **dijaga kerahasiaannya** oleh peneliti dan **hanya digunakan** sebagai **keperluan penelitian**. Selanjutnya, apabila akan dilakukan publikasi hasil penelitian, seluruh identitas partisipan dalam penelitian tidak akan dicantumkan.

Apabila Anda memiliki pertanyaan terkait penelitian ini, Anda dapat menghubungi Jason (jasontanru14@gmail.com).

Bantuan yang Anda berikan sangat berarti bagi keberhasilan penelitian ini. Atas kesediaan waktu dan partisipasi Anda, saya ucapkan terima kasih.

Salam hormat,

**Peneliti**

Jason Tanru

### Bagian 1 – Syarat Penelitian

Apakah anda pernah membeli produk perawatan rumah (*Homecare*) PT Unilever Indonesia Tbk?

- Ya
- Tidak (kuesioner berakhir disini)

### Bagian 2 – Deskripsi Responden

1. Nama Lengkap:

2. Jenis Kelamin:

- Laki-laki
- Perempuan

Hak cipta dimiliki KIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



### 3. Tahun Kelahiran

- 1997-1999
- 2000-2002
- 2003-2005
- 2006-2009
- 2010-2012

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### 4. Domisili / Tempat Tinggal

- Kep. Seribu
- Jakarta Barat
- Jakarta Pusat
- Jakarta Selatan
- Jakarta Timur
- Jakarta Utara
- Lainnya...

### 5. Pekerjaan

- Siswa SD/SMP/SMA
- Mahasiswa (S1/S2)
- Karyawan
- Wirausahawan

### 6. Apakah anda secara sadar membeli produk perawatan rumah (Homecare) PT

Unilever Indonesia Tbk tanpa pengaruh orang lain?

- Ya
- Tidak



7. Apakah anda mengetahui tentang kampanye #EasyGreen yang disuarakan oleh

Unilever?

- Ya
- Tidak (kuesioner berakhir disini)

**Bagian 3 – Petunjuk Pengisian Kuesioner**

Bacalah setiap kalimat pernyataan secara menyeluruh dan pilih salah satu jawaban pada pilihan yang telah disediakan.

Keterangan:

- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3 = Netral (N)
- 4 = Setuju (S)
- 5 = Sangat Setuju (SS)

**Bagian 4 – Green Marketing**

No.	Pernyataan	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
1	Saya mengetahui bahwa produk homecare Unilever diproduksi dengan cara yang ramah lingkungan					
2	Saya mengetahui bahwa produk homecare Unilever menggunakan bahan yang dapat didaur ulang					
3	Saya lebih memilih produk homecare Unilever yang ramah lingkungan meskipun sedikit lebih mahal					
4	Menurut saya harga produk homecare yang saya bayarkan sesuai dengan manfaat yang saya terima					

Hak cipta milik BIKK (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)  
 Hak cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar BIKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin BIKKG.



No.	Pernyataan	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
5	Saya mengetahui komitmen pelestarian lingkungan PT Unilever Indonesia melalui kampanye Unilever #EasyGreen pada produk homecare					
6	Saya dapat dengan mudah mendapatkan produk homecare Unilever tanpa perlu mengeluarkan bahan bakar yang merusak lingkungan					

### Bagian 5 – Brand Image

No.	Pernyataan	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
1	Yang pertama kali terlintas dalam pikiran saya ketika ingin membeli produk homecare adalah produk Unilever					
2	Menurut saya produk homecare Unilever mudah diingat					
3	Saya merasa percaya dengan produk perawatan rumah homecare Unilever					
4	Saya merasa produk homecare Unilever dapat memenuhi kebutuhan perawatan rumah					
5	Saya mengetahui produk homecare Unilever menggunakan bahan ramah lingkungan					

### Bagian 6 – Keputusan Pembelian

No.	Pernyataan	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
1	Saya memilih produk homecare Unilever karena memiliki berbagai pilihan produk sesuai kebutuhan					
2	Saya memilih produk homecare Unilever karena sudah nyaman					
3	Saya memilih produk homecare Unilever mudah ditemukan dimana saja					
4	Saya memilih produk homecare Unilever dapat dibeli kapan saja dibutuhkan					
5	Saya memilih produk homecare Unilever karena mudah dibeli dalam jumlah yang banyak sesuai kebutuhan					
6	Saya memilih produk homecare Unilever karena memiliki berbagai jenis metode pembayaran					

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta Milik IBI Kian Gie (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



Lampiran 13. Deskripsi Responden Kuesioner

©

No	Nama Lengkap	Jenis Kelamin	Tahun Kelahiran	Domisili/ Tempat Tinggal	Pekerjaan	Apakah Anda secara sadar membeli produk perawatan rumah (Homecare) PT Unilever Indonesia Tbk tanpa pengaruh orang lain?	Apakah Anda mengetahui tentang kampanye #EasyGreen yang disuarakan oleh Unilever?
1	Hartanti salsabila	Perempuan	2000-2002	Jakarta Barat	Karyawan	Ya	Ya
2	Vanessa	Perempuan	1997-1999	Jakarta Barat	Karyawan	Ya	Ya
3	Dylan Joshua Wijaya	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
4	Priscilla Setia P.	Perempuan	2003-2005	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
5	Fuad Muhtadi	Laki-laki	1997-1999	Jakarta Selatan	Wirausahawan	Ya	Ya
6	Merry	Perempuan	2003-2005	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
7	Rini Cristanti	Perempuan	2000-2002	Jakarta Timur	Karyawan	Ya	Ya
8	Luthfia	Perempuan	2000-2002	Jakarta Selatan	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Tidak
9	Brandon	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Barat	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
10	Siti Hardiyanti	Perempuan	2000-2002	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
11	Kane Gunawan	Laki-laki	2000-2002	Jakarta Timur	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
12	Nia	Perempuan	2000-2002	Jakarta Selatan	Karyawan	Ya	Ya
13	Georgianne G. O.	Perempuan	2000-2002	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
14	Beatrix Valentia	Perempuan	2000-2002	Jakarta Barat	Karyawan	Ya	Ya
15	Alvin Ryandra	Laki-laki	2000-2002	Jakarta Utara	Karyawan	Ya	Ya
16	Nadya A	Perempuan	1997-1999	Jakarta Timur	Karyawan	Ya	Ya
17	Liliani	Perempuan	1997-1999	Jakarta Barat	Karyawan	Ya	Ya
18	Fathia Putri	Perempuan	1997-1999	Jakarta Timur	Karyawan	Ya	Ya
19	Erwin	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Barat	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
20	Darren Patrick	Laki-laki	2000-2002	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
21	Jeremy Lumban T.	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Barat	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
22	Mas Eaufrat Piustan	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya

1. Dilarang mengutip, menyalin, atau menjiplak isi laporan ini untuk keperluan akademik, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



No	Nama Lengkap	Jenis Kelamin	Tahun Kelahiran	Domisili/ Tempat Tinggal	Pekerjaan	Apakah Anda secara sadar membeli produk perawatan rumah ( <i>Homecare</i> ) PT Unilever Indonesia Tbk tanpa pengaruh orang lain?	Apakah Anda mengetahui tentang kampanye #EasyGreen yang disuarakan oleh Unilever?
23	Nico	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Barat	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
24	Juli Marcelina	Perempuan	2003-2005	Jakarta Barat	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
25	Ivander Kendrick W.	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
26	Jerry Panjaya	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Barat	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
27	Kent Havier R.	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Tidak
28	Kezia Natalie	Perempuan	2000-2002	Jakarta Pusat	Karyawan	Ya	Ya
29	William Susilo	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Tidak
30	Jonathan Ardianto	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Pusat	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
31	Michelle	Perempuan	2000-2002	Jakarta Selatan	Karyawan	Ya	Ya
32	Daniel	Laki-laki	1997-1999	Jakarta Utara	Karyawan	Ya	Tidak
33	Antonius Sakti W.	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Barat	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Tidak
34	Ricky Chandrean	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Pusat	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
35	Dixen Gouwinata	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Pusat	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
36	Jesslyn	Perempuan	2003-2005	Jakarta Barat	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
37	William Tanjaya	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Pusat	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
38	Victor Ryan Sanjaya	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Barat	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Tidak
39	Putri Sekar Ayu	Perempuan	2003-2005	Jakarta Timur	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
40	Dhia Rahmania	Perempuan	2000-2002	Jakarta Barat	Karyawan	Ya	Ya
41	Yonathan	Laki-laki	2006-2009	Jakarta Timur	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
42	Rafael Juan Ancello	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Tidak
43	Mei Wing	Perempuan	2003-2005	Jakarta Barat	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
44	Maria Genoveva	Perempuan	2003-2005	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
45	Randy Tjan Cahya	Laki-laki	2003-2005	Bekasi	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
46	Kevin Pramulia	Laki-laki	2000-2002	Jakarta Timur	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya

g. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 h. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



No	Nama Lengkap	Jenis Kelamin	Tahun Kelahiran	Domisili/ Tempat Tinggal	Pekerjaan	Apakah Anda secara sadar membeli produk perawatan rumah ( <i>Homecare</i> ) PT Unilever Indonesia Tbk tanpa pengaruh orang lain?	Apakah Anda mengetahui tentang kampanye #EasyGreen yang disuarakan oleh Unilever?
47	Windy Aprilia Siajaya	Perempuan	2003-2005	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
48	Stella Jovita	Perempuan	2003-2005	Jakarta Barat	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
49	ester stefani	Perempuan	2000-2002	Jakarta Utara	Karyawan	Ya	Ya
50	Dylan Celino	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
51	Erminus Credo S.	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Timur	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
52	Jery Andrean	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Timur	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
53	Jovanka Frederico	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
54	Nathanael Jovan S.	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Timur	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
55	wiyandri	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
56	Tia Vincent Susanto	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Pusat	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
57	Ferdian aditya	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Tidak
58	William jerrell	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
59	Bunga Gloria	Perempuan	2000-2002	Jakarta Timur	Karyawan	Ya	Ya
60	Deby Juwita	Perempuan	2003-2005	Jakarta Pusat	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
61	Sanny	Perempuan	2003-2005	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
62	Victor Monoko	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Barat	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
63	Intan Martalita	Perempuan	2003-2005	Jakarta Pusat	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
64	Karyn Naftali Hernadi	Perempuan	2003-2005	Jakarta Pusat	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
65	Ellen verdlin	Perempuan	2003-2005	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
66	Yogie Afen	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Tidak
67	Meilisa Widjaja	Perempuan	2000-2002	Jakarta Barat	Karyawan	Ya	Ya
68	Mario Paskalis	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Selatan	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
69	Austin Anna Monica	Perempuan	2000-2002	Jakarta Pusat	Karyawan	Ya	Ya
70	Desmond Connery	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Timur	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

g. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.



No	Nama Lengkap	Jenis Kelamin	Tahun Kelahiran	Domisili/ Tempat Tinggal	Pekerjaan	Apakah Anda secara sadar membeli produk perawatan rumah ( <i>Homecare</i> ) PT Unilever Indonesia Tbk tanpa pengaruh orang lain?	Apakah Anda mengetahui tentang kampanye #EasyGreen yang disuarakan oleh Unilever?
71	Yovita	Perempuan	2003-2005	Jakarta Selatan	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
72	Ahmad Michael	Laki-laki	2000-2002	Jakarta Selatan	Wirausahawan	Ya	Ya
73	Reagen	Laki-laki	2006-2009	Jakarta Barat	Siswa SD/SMP/SMA	Ya	Tidak
74	Edo	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
75	Reynard Heryanto	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Pusat	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
76	Samuel Diko Silaban	Laki-laki	2000-2002	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
77	Tiffany Celestine	Perempuan	2006-2009	Jakarta Timur	Siswa SD/SMP/SMA	Ya	Tidak
78	Jonas Febrilian Dani	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Timur	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Tidak
79	Kathryn Yosephine G.	Perempuan	2006-2009	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
80	Fajar Samudra F.	Laki-laki	2006-2009	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
81	William Wijaya	Laki-laki	2006-2009	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
82	Syawalia Suci M.	Perempuan	2003-2005	Jakarta Timur	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
83	William Liaunardo	Laki-laki	2006-2009	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
84	Fidelia Linwan	Perempuan	2006-2009	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
85	Felix Gunawan	Laki-laki	2006-2009	Bekasi Timur	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Tidak
86	William Triadi	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Barat	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
87	Charis Zoe Tjandra	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Pusat	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
88	Nurul Chumairoh	Perempuan	2000-2002	Jakarta Selatan	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
89	Rahelist Valentina	Perempuan	2000-2002	Jakarta Utara	Karyawan	Ya	Ya
90	Bima Aji Putra	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Selatan	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
91	Filbert Lee	Laki-laki	2000-2002	Tangerang Selatan	Karyawan	Ya	Ya



No	Nama Lengkap	Jenis Kelamin	Tahun Kelahiran	Domisili/ Tempat Tinggal	Pekerjaan	Apakah Anda secara sadar membeli produk perawatan rumah (Homecare) PT Unilever Indonesia Tbk tanpa pengaruh orang lain?	Apakah Anda mengetahui tentang kampanye #EasyGreen yang disuarakan oleh Unilever?
92	Brilliant Resi Pringgo	Laki-laki	2000-2002	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
93	Nathanael H.	Laki-laki	2003-2005	Bekasi	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
94	Eric Sunjaya	Laki-laki	2003-2005	Tangerang Selatan	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
95	Joelynn Nathalie	Perempuan	2006-2009	Jakarta Utara	Siswa SD/SMP/SMA	Ya	Tidak
96	Gracelynn Angelica	Perempuan	2006-2009	Jakarta Timur	Siswa SD/SMP/SMA	Ya	Tidak
97	Wilxen Sanjaya	Laki-laki	2000-2002	Jakarta Timur	Karyawan	Ya	Ya
98	Mikhael Sianturi	Laki-laki	2000-2002	Jakarta Utara	Karyawan	Ya	Ya
99	Liana Angelina W.	Perempuan	2000-2002	Jakarta Timur	Karyawan	Ya	Ya
100	Okta	Perempuan	1997-1999	Jakarta Utara	Karyawan	Ya	Ya
101	Juventia Kyla Naomi	Perempuan	2000-2002	Jakarta Utara	Karyawan	Ya	Ya
102	Salvian Saputra	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
103	Escriva Serena	Perempuan	2000-2002	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
104	Veronica Yong	Perempuan	2003-2005	Jakarta Timur	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
105	Alvinly	Laki-laki	1997-1999	Jakarta Timur	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
106	Fatma Nofita	Perempuan	2003-2005	Jakarta Pusat	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
107	Franklin	Laki-laki	2000-2002	Jakarta Utara	Karyawan	Ya	Ya
108	Dastin	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Barat	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
109	Velicia Angeline	Perempuan	2003-2005	Jakarta Selatan	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
110	Merry Aprilia	Perempuan	2003-2005	Jakarta Pusat	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
111	Jevontius	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Pusat	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
112	Jason Anthony S.	Laki-laki	2000-2002	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya



No	Nama Lengkap	Jenis Kelamin	Tahun Kelahiran	Domisili/ Tempat Tinggal	Pekerjaan	Apakah Anda secara sadar membeli produk perawatan rumah ( <i>Homecare</i> ) PT Unilever Indonesia Tbk tanpa pengaruh orang lain?	Apakah Anda mengetahui tentang kampanye #EasyGreen yang disuarakan oleh Unilever?
13	Kerrend Dyzie	Perempuan	2000-2002	Jakarta Pusat	Karyawan	Ya	Ya
14	Hernando Paudila W.	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
15	Kelvin Frisian	Laki-laki	2000-2002	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
16	Kristina Olivia S.	Perempuan	2006-2009	Jakarta Timur	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
17	Kenny Chris Sulianto	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Tidak
18	Theodore Gerardo	Laki-laki	2003-2005	Bekasi Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Tidak	Tidak
19	Richardo Siswojo	Laki-laki	2003-2005	Jakarta Utara	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
20	Ayumi Marsella	Perempuan	2003-2005	Jakarta Timur	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya
21	Stephen Petrus	Laki-Laki	2003-2005	Jakarta Timur	Mahasiswa (S1/S2)	Ya	Ya

© Hak cipta dan hak moral dilindungi undang-undang dan informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis

- g. Pengutipan karya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 h. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Lampiran 14. Sampel 100 Data Responden (Data bersih) – Variabel *Green Marketing*

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
2	4	3	2	2	
4	5	5	3	4	
4	3	5	4	5	
4	3	4	3	5	
4	2	4	5	5	
5	5	5	4	5	
4	5	5	4	5	
5	4	4	5	5	
4	4	5	5	5	
5	2	3	4	3	
3	3	4	3	3	
5	2	3	4	3	
4	4	4	4	5	
4	3	4	3	4	
4	4	5	4	5	
4	3	4	3	4	
4	4	4	4	4	
5	4	4	5	4	
4	4	3	4	3	
4	5	4	4	5	
4	4	5	4	5	
5	5	5	5	5	
4	3	4	4	4	
5	5	5	4	5	
4	4	5	4	4	
5	5	5	5	5	
4	3	5	3	4	
4	4	3	3	4	
4	3	4	4	4	
4	4	4	4	5	
4	4	4	5	4	
3	4	5	3	5	
4	4	5	4	4	
4	3	4	4	4	
5	5	4	3	5	
4	4	5	5	4	
4	4	2	4	4	
5	5	4	5	5	
4	4	4	4	5	
5	4	4	5	5	
5	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	
4	4	5	3	5	
4	4	4	4	5	

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
4	4	4	5	4	5
2	2	1	4	3	4
4	4	5	5	5	5
4	3	3	5	4	3
4	4	3	4	4	5
4	4	5	5	4	5
4	3	4	5	2	5
4	4	4	4	4	5
3	4	5	4	4	3
3	3	3	5	3	3
4	4	2	2	2	4
4	4	5	5	4	4
4	2	4	2	4	3
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	3
4	4	4	4	4	4
4	2	3	4	3	3
4	3	4	4	4	5
4	3	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	3
4	2	4	4	4	4
4	3	4	4	3	4
4	3	2	3	4	4
4	4	4	4	4	5
3	2	4	4	4	4
4	4	4	5	5	4
4	5	4	5	5	4
4	4	4	5	4	4
4	4	4	4	3	4
4	5	5	4	3	3
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	5
4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	5	4
4	4	5	4	4	4
4	4	3	4	3	4
5	4	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
4	4	3	4	3	4
4	3	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	5	5	3	4	4
4	2	3	3	2	3
5	5	5	5	5	5

Lampiran 15. Sampel 100 Data Responden (Data bersih) – Variabel *Brand Image*

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5
2	5	2	4	1
5	5	5	5	2
3	5	5	5	5
5	5	5	5	4
5	5	4	5	4
5	5	5	5	5
5	5	5	5	4
5	5	5	5	4
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	3	4	2
4	5	3	4	4
4	4	4	4	5
4	4	5	5	5
3	5	3	4	4
4	5	5	5	5
3	5	3	3	3
3	3	3	3	3
4	4	4	4	4
4	3	4	3	4
4	5	5	4	3
4	5	5	5	4
5	5	5	5	5
3	5	4	4	4
4	5	5	5	4
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
4	5	5	4	4
4	4	4	4	4
4	5	4	4	4
3	5	4	5	5
5	5	5	5	4
4	5	5	5	3
5	5	5	5	2

Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Dikpta Dindurugi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5
2	4	4	4	4
5	5	4	5	4
4	5	4	4	4
4	4	5	5	4
3	3	5	5	5
4	4	5	4	4
4	4	4	4	5
5	5	5	4	5
5	5	5	5	5
3	4	4	4	4
4	4	4	5	5
5	5	5	5	5
4	5	4	5	3
5	5	5	5	5
3	5	4	4	3
5	5	4	5	4
3	4	4	4	4
5	5	5	5	3
4	5	5	5	5
4	5	3	4	5
5	5	5	5	3
1	5	3	4	4
4	5	5	4	4
1	4	2	3	4
3	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
2	4	3	4	4
5	5	4	5	5
3	4	4	3	4
4	4	4	4	4
3	4	3	3	4
4	4	4	3	4
4	3	3	4	3
3	4	4	4	3
3	4	5	4	5
4	5	5	4	4
4	5	4	4	4
5	5	5	5	4
4	5	5	4	4
4	5	4	4	4
5	5	5	5	5
3	4	5	5	5
3	4	4	4	4

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5
4	4	3	4	2
4	5	5	4	5
4	4	4	5	3
4	4	4	4	4
5	5	5	3	4
4	3	3	4	5
5	4	5	5	5
5	5	4	4	4
4	4	3	4	3
4	4	5	5	5
4	5	4	4	3
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	4
4	4	4	4	2
4	5	5	5	5

Lampiran 16. Sampel 100 Data Responden (Data bersih) – Variabel Keputusan Pembelian

Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6
4	2	4	3	4	3
5	5	5	5	5	2
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5
4	4	5	5	5	5
5	5	5	3	5	5
5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5
4	5	4	4	4	2
4	4	5	4	2	1
5	5	5	5	4	4
4	3	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4
4	3	4	4	3	4
3	3	3	3	3	3
4	3	5	5	5	3
2	4	5	5	4	5
4	5	4	5	4	4

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6
4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
4	3	5	5	5	5
4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	5
4	3	4	4	4	5
5	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5
4	4	4	3	4	3
4	4	5	5	5	5
4	3	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5
5	5	5	4	4	4
4	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	5
5	5	4	5	5	4
5	5	4	5	5	3
5	4	5	5	4	5
5	4	5	5	4	4
4	4	5	5	5	4
5	5	5	5	4	4
4	5	5	5	5	5
4	4	5	4	3	5
4	5	5	5	5	5
4	3	5	5	5	3
4	4	5	5	5	4
5	2	4	3	4	2
3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4
4	4	4	3	4	4
4	3	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4
4	5	5	5	4	5
3	4	3	4	4	3
4	4	4	4	4	4

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6
4	3	3	3	3	3	4
4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	5
4	1	3	3	4	4	5
4	4	4	5	5	5	4
4	5	4	4	4	4	5
4	5	5	5	5	4	5
4	3	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5
4	3	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	3	3
4	5	5	5	4	4	5
4	4	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	4	3
4	4	5	5	5	4	4
4	4	5	5	4	4	4
4	3	5	5	4	3	3
4	5	5	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	3
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5

Lampiran 17. Hasil Output Analisis Deskriptif Responden

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	52	52.0	52.0	52.0
	Perempuan	48	48.0	48.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



### Tahun Kelahiran

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1997-1999	7	7.0	7.0	7.0
2000-2002	31	31.0	31.0	38.0
2003-2005	55	55.0	55.0	93.0
2006-2009	7	7.0	7.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

### Domisili

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Jakarta Barat	18	18.0	18.0	18.0
Jakarta Pusat	16	16.0	16.0	34.0
Jakarta Selatan	9	9.0	9.0	43.0
Jakarta Timur	20	20.0	20.0	63.0
Jakarta Utara	37	37.0	37.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

### Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Karyawan	24	24.0	24.0	24.0
Mahasiswa (S1/S2)	74	74.0	74.0	98.0
Wirausahawan	2	2.0	2.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 18. Hasil Output Analisis Deskriptif Variabel *Green Marketing*

### x1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	12	12.0	12.0	12.0
Sangat Setuju	24	24.0	24.0	36.0
Setuju	60	60.0	60.0	96.0
Tidak Setuju	4	4.0	4.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**x1.2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	13	13.0	13.0	13.0
Sangat Setuju	17	17.0	17.0	30.0
Setuju	61	61.0	61.0	91.0
Tidak Setuju	9	9.0	9.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**x1.3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	16	16.0	16.0	16.0
Sangat Setuju	29	29.0	29.0	45.0
Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	46.0
Setuju	48	48.0	48.0	94.0
Tidak Setuju	6	6.0	6.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**x1.4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	8	8.0	8.0	8.0
Sangat Setuju	39	39.0	39.0	47.0
Setuju	51	51.0	51.0	98.0
Tidak Setuju	2	2.0	2.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**x1.5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	21	21.0	21.0	21.0
Sangat Setuju	21	21.0	21.0	42.0
Setuju	54	54.0	54.0	96.0
Tidak Setuju	4	4.0	4.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) dan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



x1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	14	14.0	14.0	14.0
	Sangat Setuju	40	40.0	40.0	54.0
	Setuju	45	45.0	45.0	99.0
	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Descriptive Statistics			
	N	Mean	Std. Deviation
x1.	100	4.04	.724
x1.	100	3.86	.804
x1.	100	3.98	.887
x1.	100	4.27	.694
x1.	100	3.92	.761
x1.	100	4.24	.726
Valid N (listwise)	100		

Lampiran 19. Hasil Output Analisis Deskriptif Variabel *Brand Image*

x2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	17	17.0	17.0	17.0
	Sangat Setuju	31	31.0	31.0	48.0
	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	50.0
	Setuju	47	47.0	47.0	97.0
	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**x2.2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	5	5.0	5.0	5.0
Sangat Setuju	58	58.0	58.0	63.0
Setuju	37	37.0	37.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**x2.3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	13	13.0	13.0	13.0
Sangat Setuju	45	45.0	45.0	58.0
Setuju	40	40.0	40.0	98.0
Tidak Setuju	2	2.0	2.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**x2.4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	8	8.0	8.0	8.0
Sangat Setuju	42	42.0	42.0	50.0
Setuju	50	50.0	50.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**x2.5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	13	13.0	13.0	13.0
Sangat Setuju	30	30.0	30.0	43.0
Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	44.0
Setuju	51	51.0	51.0	95.0
Tidak Setuju	5	5.0	5.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

©

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



	N	Mean	Std. Deviation
x2	100	4.02	.887
x2	100	4.53	.594
x2	100	4.28	.766
x2	100	4.34	.623
x2	100	4.04	.852
Valid N (listwise)	100		

Lampiran 20. Hasil Output Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	16	16.0	16.0	16.0
	Sangat Setuju	42	42.0	42.0	58.0
	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	59.0
	Setuju	39	39.0	39.0	98.0
	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	9	9.0	9.0	9.0
	Sangat Setuju	41	41.0	41.0	50.0
	Setuju	49	49.0	49.0	99.0
	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKGG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKGG.



**y.3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Netral	5	5.0	5.0	5.0
Sangat Setuju	55	55.0	55.0	60.0
Setuju	40	40.0	40.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**y.4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Netral	10	10.0	10.0	10.0
Sangat Setuju	51	51.0	51.0	61.0
Setuju	39	39.0	39.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**y.5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Netral	6	6.0	6.0	6.0
Sangat Setuju	44	44.0	44.0	50.0
Setuju	49	49.0	49.0	99.0
Tidak Setuju	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**y.6**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Netral	13	13.0	13.0	13.0
Sangat Setuju	41	41.0	41.0	54.0
Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	55.0
Setuju	42	42.0	42.0	97.0
Tidak Setuju	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



	N	Mean	Std. Deviation
y.1	100	4.30	.674
y.2	100	4.19	.849
y.3	100	4.50	.595
y.4	100	4.41	.668
y.5	100	4.36	.644
y.6	100	4.19	.849
Valid N (listwise)	100		

Lampiran 21. Hasil Output Uji Analisis *Crosstab* Jenis Kelamin dan Tahun Kelahiran

			Tahun Kelahiran				
			1997-1999	2000-2002	2003-2005	2006-2009	Total
Jenis Kelamin	Laki-laki	Count	2	12	34	4	52
		% within Jenis Kelamin	3.8%	23.1%	65.4%	7.7%	100.0%
	Perempuan	Count	5	19	21	3	48
		% within Jenis Kelamin	10.4%	39.6%	43.8%	6.3%	100.0%
Total	Count	7	31	55	7	100	
	% within Jenis Kelamin	7.0%	31.0%	55.0%	7.0%	100.0%	

Lampiran 22. Hasil Output Uji Analisis *Crosstab* Jenis Kelamin dan Domisili

			Domisili					
			Jakarta Barat	Jakarta Pusat	Jakarta Selatan	Jakarta Timur	Jakarta Utara	Total
Jenis Kelamin	Laki-laki	Count	8	8	4	10	22	52
		% within Jenis Kelamin	15.4%	15.4%	7.7%	19.2%	42.3%	100.0%
	Perempuan	Count	10	8	5	10	15	48
		% within Jenis Kelamin	20.8%	16.7%	10.4%	20.8%	31.3%	100.0%
Total	Count	18	16	9	20	37	100	
	% within Jenis Kelamin	18.0%	16.0%	9.0%	20.0%	37.0%	100.0%	

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) dan dilindungi Undang-undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



### Lampiran 23. Hasil Output Uji Analisis *Crosstab* Jenis Kelamin dan Pekerjaan

**Jenis Kelamin \* Pekerjaan Crosstabulation**

			Pekerjaan			
			Karyawan	Mahasiswa (S1/S2)	Wirasahawan	Total
Jenis Kelamin	Laki-laki	Count	4	46	2	52
		% within Jenis Kelamin	7.7%	88.5%	3.8%	100.0%
	Perempuan	Count	20	28	0	48
		% within Jenis Kelamin	41.7%	58.3%	0.0%	100.0%
Total		Count	24	74	2	100
		% within Jenis Kelamin	24.0%	74.0%	2.0%	100.0%

### Lampiran 24. Hasil Output Uji Analisis *Crosstab* Tahun Kelahiran dan Domisili

**Tahun Kelahiran \* Domisili Crosstabulation**

			Domisili					
			Jakarta Barat	Jakarta Pusat	Jakarta Selatan	Jakarta Timur	Jakarta Utara	Total
Tahun Kelahiran	1997-1999	Count	2	0	1	3	1	7
		% within Tahun Kelahiran	28.6%	0.0%	14.3%	42.9%	14.3%	100.0%
	2000-2002	Count	4	3	4	6	14	31
		% within Tahun Kelahiran	12.9%	9.7%	12.9%	19.4%	45.2%	100.0%
	2003-2005	Count	12	13	4	9	17	55
		% within Tahun Kelahiran	21.8%	23.6%	7.3%	16.4%	30.9%	100.0%
	2006-2009	Count	0	0	0	2	5	7
		% within Tahun Kelahiran	0.0%	0.0%	0.0%	28.6%	71.4%	100.0%
Total		Count	18	16	9	20	37	100
		% within Tahun Kelahiran	18.0%	16.0%	9.0%	20.0%	37.0%	100.0%

### Lampiran 25. Hasil Output Uji Analisis *Crosstab* Tahun Kelahiran dan Pekerjaan

**Tahun Kelahiran \* Pekerjaan Crosstabulation**

			Pekerjaan			
			Karyawan	Mahasiswa (S1/S2)	Wirasahawan	Total
Tahun Kelahiran	1997-1999	Count	5	1	1	7
		% within Tahun Kelahiran	71.4%	14.3%	14.3%	100.0%
	2000-2002	Count	19	11	1	31
		% within Tahun Kelahiran	61.3%	35.5%	3.2%	100.0%
	2003-2005	Count	0	55	0	55
		% within Tahun Kelahiran	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%
	2006-2009	Count	0	7	0	7
		% within Tahun Kelahiran	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%
Total		Count	24	74	2	100
		% within Tahun Kelahiran	24.0%	74.0%	2.0%	100.0%

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Lampiran 26. Hasil Output Uji Analisis Crosstab Domisili dan Pekerjaan**

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Domisili \* Pekerjaan Crosstabulation**

Domisili		Pekerjaan			Total
		Karyawan	Mahasiswa (S1/S2)	Wirausahawan	
Jakarta Barat	Count	6	12	0	18
	% within Domisili	33.3%	66.7%	0.0%	100.0%
Jakarta Pusat	Count	3	13	0	16
	% within Domisili	18.8%	81.3%	0.0%	100.0%
Jakarta Selatan	Count	2	5	2	9
	% within Domisili	22.2%	55.6%	22.2%	100.0%
Jakarta Timur	Count	6	14	0	20
	% within Domisili	30.0%	70.0%	0.0%	100.0%
Jakarta Utara	Count	7	30	0	37
	% within Domisili	18.9%	81.1%	0.0%	100.0%
Total	Count	24	74	2	100
	% within Domisili	24.0%	74.0%	2.0%	100.0%

**Lampiran 27. Hasil Output Uji Normalitas Data**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.89761881
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.050
	Negative	-.064
Test Statistic		.064
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.  
 b. Calculated from data.  
 c. Lilliefors Significance Correction.  
 d. This is a lower bound of the true significance.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Lampiran 28. Hasil Output Uji Multikolonieritas Data

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.226	1.641		3.794	.000		
	X1	.150	.081	.164	1.847	.068	.516	1.938
	X2	.758	.103	.656	7.389	.000	.516	1.938

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 29. Hasil Output Uji Heteroskedastisitas Data

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.517	1.030		3.415	.001
	X1	-.059	.051	-.160	-1.161	.249
	X2	-.030	.064	-.064	-.462	.645

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Lampiran 30. Hasil Output Analisis Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	6.226	1.641
	X1	.150	.081
	X2	.758	.103

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**Lampiran 31. Hasil Output Uji Statistik F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	548.255	2	274.128	74.588	.000 <sup>b</sup>
	Residual	356.495	97	3.675		
	Total	904.750	99			

a. Dependent Variable: Y  
b. Predictors: (Constant), X2, X1

**Lampiran 32. Hasil Output Uji Statistik t**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.226	1.641		3.794	.000
	X1	.150	.081	.164	1.847	.068
	X2	.758	.103	.656	7.389	.000

a. Dependent Variable: Y

**Lampiran 33. Hasil Output Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.778 <sup>a</sup>	.606	.598	1.917

a. Predictors: (Constant), X2, X1

© Hak cipta milik IBI Kwik Kian Gie (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

# HASIL TURN-IT-IN



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

feedback studio Turnitin Student - 7270014.Bab 1.docx

Mobilt Overview 5%

1	12345.docx	2%
2	67890.docx	1%
3	34567.docx	1%
4	98765.docx	1%
5	54321.docx	1%

Page: 1 of 72 Word Count: 13443 Turn-Only Report High Resolution On

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perilaku konsumen berubah seiring berjalannya waktu. Pada masa dimana tenaga kerja mulai didominasi oleh Generasi Z, perilaku konsumen ikut berubah dengan kesadaran generasi yang makin bertambah. Kesadaran konsumen yang tinggi merubah cara konsumen mengonsumsi barang, konsumen pada masa sekarang tidak lagi membeli produk tanpa pertimbangan. Hermawan Kartajaya (2022:27) mengungkapkan kebiasaan konsumen Gen Z yang seringkali melakukan riset dan konsiderasi sebelum membeli suatu produk maupun layanan. Kebiasaan ini membentuk tren koessumen yang baru dengan mayoritas masyarakat dari kalangan Generasi Z yang dapat kita lihat dari Data Sensus Penduduk 2020 di bawah ini.

Page: 1 of 72 Word Count: 13443

Turn-Only Report High Resolution On

feedback studio Turnitin Student - 7270014.Bab 1.docx

Mobilt Overview 5%

1	12345.docx	2%
2	67890.docx	1%
3	34567.docx	1%
4	98765.docx	1%
5	54321.docx	1%

Page: 11 of 72 Word Count: 13443 Turn-Only Report High Resolution On

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

### 2.1 Landasan Teori

#### 2.1.1 Pemasaran (Marketing)

##### a. Pengertian Marketing

Pemasaran menurut Kotler et al. (2023:24) merupakan sebuah proses yang melibatkan seorang pelanggan dan pelaku pemasarin dalam meogelola hubungan pelanggan untuk mendapatkan keuntungan jangka panjang. Menurut American Marketing Association (AMA), pemasaran adalah serangkaian aktivitas, intuisi, dan proses dalam penciptaan, pengkomunikasian, penyampaian, dan pertukaran penawaran yang mempunyai nilai bagi konsumen, klien, mitra, dan masyarakat luas.

Pengertian mengenai pemasaran lainnya dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2022:29), dimana *marketing* adalah sebuah proses seorang individu

Page: 11 of 72 Word Count: 13443

Turn-Only Report High Resolution On

1. Urut-urutan mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.