

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, G., Ristanto, H., & . C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *JBE (Jurnal Bingkai Ekonomi)*, 6(1), 58–71. <https://doi.org/10.54066/jbe.v6i1.99>
- Alexandre, G., Safitri, R. S., Wati, D. I., Sinaga, M. C. A., Andarini, S., & Kusumasari, I. R. (2024). Pengaruh *Green Product* Strategy Dan GreenMarketing Terhadap Keputusan Pembelian ProdukSukin. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 160–166.
- Azzahra Arieftha Quinola, & Sulhaini Sulhaini. (2024). Pengaruh Green Trust, *Green Price* dan Green Brand Terhadap Minat Beli Produk Tas Merek Eiger di Kota Mataram. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 2(3), 254–272. <https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v2i3.982>
- Devi, A. W., & Firmansyah, F. (2024). Strategi Green Marketing , Harga , Dan Brand equity : Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Homecare. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 10(01), 86–99.
- Dhea Febyana, S., Herman Mulyono, L. E., & Mujahid Dakwah, M. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Kualitas Produk dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik BLP Beauty (Studi Pada Mahasiswi Di Kota Mataram). *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 9(1), 68–73. <https://doi.org/10.29303/jseh.v9i1.199>
- Ghozali. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafizah, U. (2025). Pengaruh *Green Product*, Green Advertising dan Green Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Avoskin di Shopee (Studi Pada Pelanggan Avoskin di Shopee). *Jurnal Arastirma*, 5(1), 63–70. <https://doi.org/10.32493/jaras.v5i1.41403>
- Irsalina, N., & Susilowati, H. (2023). Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware. *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 3(1), 41–51. <https://doi.org/10.51903/dinamika.v3i1.268>
- Kojongian, A. S. ., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou.id pada Media Sosial Instagram. *Productivity*, 3(2), 157–161.
- Loka, O. D., & Harsoyo, T. desi. (2024). Pengaruh *Green Promotion*, Green Brand Knowledge, Dan Attitude Toward *Green Product* Terhadap Green Purchase Intention Pada Sustainable Fashion Merek “Cotton Ink” Pada Konsumen Generasi Z. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 4(6), 1914–1925. <https://doi.org/10.47233/jebbs.v4i6.2416>
- Margareth Ginting, G., & Feby Aulia Safrin. (2023). Pengaruh *Green Product*, *Green Promotion*, Dan Green Perceived Value Produk Garnier Terhadap

- Minat Beli Milenial Di Kota Medan. *Jurnal Price : Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(02), 56–66. <https://doi.org/10.58471/jecoa.v1i02.1693>
- Missy, J., Lingkungan, P. K., & Green, D. A. N. (2024). *Pengaruh kesadaran lingkungan, ecolabel, dan Green Price terhadap keputusan pembelian ecofrenbag*. 5(November).
- Nasution, L. (2023). Pengaruh *Green Product* Dan *Green Promotion* Terhadap Keputusan Pembelian Tupperware Pada Masyarakat Di Kecamatan Tapian Dolok. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 7487–7501. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Palupi, D. (2020). Keputusan Pembelian Dalam Memediasi *Green Promotion* Dan *Green Price* Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(1), 1–17. <https://doi.org/10.37932/j.e.v10i1.81>
- Salqaura, S. A., Salqaura, S. S., & Nasution, L. N. I. S. (2024). Analisis *Green Price* dan *green place* terhadap keputusan pembelian produk Tupperware di Kecamatan Tapian Dolok. *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 12(1), 65. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v12i1.18536>
- Simanjuntak, V. C., & Kusumaningrum, D. A. (2022). The Effect of Relationship Marketing, Promotions, and Brand Image on Purchasing Decision of Sahira Dates Syrup. *South Asian Journal of Social Studies and Economics*, June, 22–32. <https://doi.org/10.9734/sajsse/2022/v14i430390>
- Sinaga, R. P. Y. B., & Hutapea, J. Y. (2022). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Review Product Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Wardah pada Mahasiswa Unai. *Jurnal Intelektiva*, 3(8), 12–25.
- Sofwan, H., & Wijayangka, C. (2021). the Effect of *Green Product* and *Green Price* on the Purchase Decision of Pijakbumi Products. *E-Proceeding of Management*, 8(5), 6054–6066.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.); edisi kedu). Alfabeta, cv.
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (2nd Ed.). ALFABETA, CV.
- Wijaya, F., & Gerald Prasetya, S. (2025). Pengaruh Green Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop. *Jurnal Kreatif (Kajian Riset Ekonomi & Bisnis Inovatif)*, 1(1), 77–87. <https://doi.org/10.33062/jkf.v1i1.8>

LAMPIRAN

LAMPIRAN

Lampiran 1

Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum, Wr. Wb.

Perkenalkan, saya Alfina Virgiawati, mahasiswi Universitas Binaniaga Indonesia Program Studi Manajemen, Program Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Saat ini saya sedang melaksanakan penelitian sebagai bagian dari penyelesaian studi dengan judul **“Pengaruh *Green Product*, *Green Price* dan *Green Promotion* terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger di Kota Bogor”**.

Demi tercapainya tujuan penelitian ini, maka peneliti memohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan pernyataan yang telah disediakan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Jawaban yang diberikan oleh Saudara/i tidak akan dinilai salah atau benar, semua informasi yang diterima sebagai hasil jawaban ini akan dijamin kerahasiaanya karena semata-mata hanya untuk ilmu pengetahuan.

Atas kesediaan Saudara/i untuk meluangkan waktunya dalam pengisian kuesioner ini, peneliti mengucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Alfina Virgiawati

NPM 19210127

A. Profil Responden

1. Nama
.....*
2. Jenis kelamin
☐ Laki-laki ☐ Perempuan
3. Usia
☐ 17 – 22 Tahun ☐ 23 – 28 Tahun
☐ 29 – 34 Tahun ☐ 35 – 40 Tahun
☐ > 41 Tahun
4. Pekerjaan
☐ Pelajar/mahasiswa ☐ Wirausaha
☐ Karyawan ☐ Lainnya
5. Seberapa sering membeli Produk Eiger
☐ 2 – 4 kali ☐ 5 – 8 kali
☐ > 10 kali

B. Petunjuk Pengisian

Mohon Saudara/i menandai jawaban yang paling tepat untuk setiap pernyataan berikut dengan menekan tombol bulat pada pilihan jawaban yang tersedia dan menurut Saudara/i tepat atau sesuai dengan pendapat masingmasing. Setiap pernyataan hanya membutuhkan satu pernyataan dengan skala penilaian :

- Sangat Setuju (SS)
- Setuju (S)
- Netral (N)
- Tidak Setuju (TS)
- Sangat Tidak Setuju (STS)

KUESIONER

• **Variabel *Green Product***

No	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
Penggunaan Bahan Baku Ramah Lingkungan						
1.	Saya mengetahui produk Eiger dibuat dari bahan baku yang ramah lingkungan.					
2.	Saya mempertimbangkan aspek keberlanjutan bahan baku sebelum membeli produk Eiger					
3.	Bahan alami dalam produk Eiger membuatnya lebih menarik bagi saya.					
Proses Produksi Minim Emisi						
4.	Saya percaya produksi Eiger memperhatikan dampak lingkungan.					
5.	Informasi produksi ramah lingkungan memengaruhi keputusan saya membeli Eiger.					
6.	Saya mendukung Eiger karena proses produksinya minim emisi.					
Produk Dapat di Daur Ulang						
7.	Saya tertarik membeli Eiger karena beberapa produknya bisa didaur ulang.					
8.	Kemudahan daur ulang menjadi pertimbangan saya membeli Eiger.					
9.	Saya memilih produk Eiger yang bisa digunakan kembali atau didaur ulang.					
Produk memiliki dampak rendah terhadap lingkungan selama siklus hidupnya						
10	Saya percaya produk Eiger memiliki dampak lingkungan yang rendah sepanjang siklus hidupnya.					
11	Produk Eiger tetap ramah lingkungan dari awal produksi hingga pembuangan.					
12	Eiger memperhatikan dampak lingkungan di setiap tahap siklus hidup produknya.					

Sertikasi dan Label					
13	Label lingkungan pada produk Eiger memberikan informasi yang jelas tentang keberlanjutan produk.				
14	Saya merasa Eiger transparan dalam menyampaikan sertifikasi ramah lingkungan pada produknya.				
15	Sertifikasi membantu saya menilai apakah produk Eiger ramah lingkungan.				

- **Variabel *Green Price***

No	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
Kesesuaian Dengan Kualitas Bahan Baku						
16	Harga produk Eiger sebanding dengan kualitas bahan ramah lingkungannya.					
17	Saya merasa bahan baku pada produk Eiger layak untuk harga yang ditawarkan.					
18	Produk Eiger terasa berkualitas sesuai dengan harganya.					
Kesesuaian dengan kinerja lingkungan						
19	Harga Eiger mencerminkan proses produksi yang peduli lingkungan.					
20	Saya menilai harga Eiger sepadan dengan upaya mengurangi dampak lingkungan.					
21	Produk Eiger pantas dihargai lebih karena kinerjanya yang ramah lingkungan.					
Kesesuaian dengan desain produk						
22	Harga produk Eiger sesuai dengan desain yang mendukung keberlanjutan.					
23	Produk Eiger memiliki desain ramah lingkungan yang pantas untuk harga saat ini.					
24	Saya menilai desain tahan lama Eiger layak dihargai seperti sekarang.					
Perbandingan harga dengan produk sejenis						
25	Harga Eiger masih kompetitif dibanding produk sejenis.					
26	Saya pernah membandingkan harga Eiger dengan merek lain.					
27	Harga Eiger wajar dibanding produk lain yang juga ramah lingkungan.					
Persepi konsumen						
28	Saya merasa harga Eiger mencerminkan nilai keberlanjutan produk.					

29	Menurut saya, harga Eiger layak karena mendukung produk ramah lingkungan.					
30	Saya bersedia membayar lebih untuk produk Eiger karena alasan lingkungan.					

• **Variabel *Green Promotion***

No	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
Iklan Promosi Berorientasi Kepedulian Lingkungan						
31	Iklan Eiger menonjolkan kepedulian lingkungan.					
32	Iklan Eiger sering memuat pesan pelestarian alam.					
33	Saya tertarik pada Eiger karena promosinya mendukung gaya hidup hijau.					
Promosi Mencantumkan Manfaat Produk Terhadap Lingkungan						
34	Promosi Eiger menjelaskan manfaat produk bagi lingkungan.					
35	Saya mengetahui kontribusi Eiger terhadap lingkungan dari promosinya.					
36	Informasi lingkungan dari Eiger mendorong saya untuk membeli.					
Konsistensi Pesan Hijau Melalui Media Promosi						
37	Promosi Eiger selalu menekankan pesan peduli lingkungan.					
38	Eiger konsisten menyampaikan nilai ramah lingkungan.					
39	Saya percaya komitmen Eiger karena pesan promosinya konsisten.					

• **Variabel Keputusan Pembelian**

No	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
Keputusan Tentang Produk						
40	Saya membeli Eiger karena fiturnya sesuai kebutuhan saya.					
41	Produk Eiger layak dibeli karena nilai manfaatnya.					
42	Saya memilih Eiger karena punya kelebihan dibanding merek lain.					
Keputusan Tentang Merek						
43	Saya yakin membeli produk merek Eiger.					
44	Jika puas, saya cenderung tetap memilih merek yang sama.					
45	Citra merek Eiger memengaruhi keputusan pembelian saya.					
Keputusan Tentang Saluran						
46	Saya senang membeli Eiger melalui saluran yang mudah diakses.					
47	Saya lebih suka beli di toko atau platform online terpercaya.					
48	Kemudahan mendapat produk Eiger memengaruhi keputusan saya.					

Lampiran 2

Hasil Uji Validitas

A. Variabel *Green Product* (X1)

Responden	Butir pernyataan															Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	X1
1	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	3	5	4	4	5	65
2	4	4	3	5	4	4	5	5	4	3	4	5	4	4	4	62
3	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	61
4	4	3	4	4	4	2	4	4	3	3	2	4	4	3	4	52
5	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	55
6	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	64
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	61
8	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	3	4	5	5	4	66
9	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	63
10	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	5	4	4	55
11	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	52
12	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	69
13	5	5	4	5	4	4	3	3	5	4	4	4	5	5	4	64
14	4	4	4	5	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	57
15	4	3	3	3	3	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	55
16	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	2	2	59
17	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	59
18	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	5	5	5	59
19	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
20	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	73
21	4	3	5	4	3	3	4	5	3	4	5	3	4	5	5	60
22	4	3	5	5	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	64
23	3	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	64
24	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
25	4	5	5	3	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	68
26	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	72
27	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	4	4	69
28	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	72
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
30	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	74

Correlations								
		GPD1.1	GPD1.2	GPD1.3	GPD2.1	GPD2.2	GPD2.3	GPD3.1
GPD1.1	Pearson Correlation	1	.404*	0.138	.437*	.367*	0.313	0.256
	Sig. (2-tailed)		0.027	0.467	0.016	0.046	0.092	0.172
	N	30	30	30	30	30	30	30
GPD1.2	Pearson Correlation	.404*	1	-0.189	0.277	.614**	.422*	0.031
	Sig. (2-tailed)	0.027		0.318	0.139	0	0.02	0.872
	N	30	30	30	30	30	30	30
GPD1.3	Pearson Correlation	0.138	-0.189	1	0.241	0.099	0.159	0.15
	Sig. (2-tailed)	0.467	0.318		0.2	0.602	0.402	0.429
	N	30	30	30	30	30	30	30
GPD2.1	Pearson Correlation	.437*	0.277	0.241	1	0.125	0.347	0.177
	Sig. (2-tailed)	0.016	0.139	0.2		0.511	0.06	0.351
	N	30	30	30	30	30	30	30
GPD2.2	Pearson Correlation	.367*	.614**	0.099	0.125	1	.550**	0.307
	Sig. (2-tailed)	0.046	0	0.602	0.511		0.002	0.099
	N	30	30	30	30	30	30	30
GPD2.3	Pearson Correlation	0.313	.422*	0.159	0.347	.550**	1	.600**
	Sig. (2-tailed)	0.092	0.02	0.402	0.06	0.002		0
	N	30	30	30	30	30	30	30
GPD3.1	Pearson Correlation	0.256	0.031	0.15	0.177	0.307	.600**	1
	Sig. (2-tailed)	0.172	0.872	0.429	0.351	0.099	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30
GPD3.2	Pearson Correlation	0.067	-0.092	0.322	-0.002	0.111	0.308	.717**
	Sig. (2-tailed)	0.725	0.63	0.082	0.992	0.559	0.098	0
	N	30	30	30	30	30	30	30
GPD3.3	Pearson Correlation	.387*	0.307	0.168	0.332	0.351	.653**	.583**
	Sig. (2-tailed)	0.034	0.099	0.376	0.073	0.057	0	0.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
GPD4.1	Pearson Correlation	.386*	.556**	0.216	0.241	.552**	.794**	.496**

	Sig. (2-tailed)	0.035	0.001	0.251	0.2	0.002	0	0.005
	N	30	30	30	30	30	30	30
GPD4.2	Pearson Correlation	.373*	.403*	0.252	0.276	0.35	.620**	.520**
	Sig. (2-tailed)	0.042	0.027	0.179	0.141	0.058	0	0.003
	N	30	30	30	30	30	30	30
GPD4.3	Pearson Correlation	.411*	.362*	0.283	.625**	.516**	.543**	.403*
	Sig. (2-tailed)	0.024	0.049	0.129	0	0.004	0.002	0.027
	N	30	30	30	30	30	30	30
GPD5.1	Pearson Correlation	0.298	0.224	0.151	-0.055	0.292	0.286	0.312
	Sig. (2-tailed)	0.109	0.235	0.425	0.772	0.118	0.125	0.093
	N	30	30	30	30	30	30	30
GPD5.2	Pearson Correlation	0.297	0.288	0.104	0.254	0.352	.455*	.385*
	Sig. (2-tailed)	0.111	0.122	0.583	0.175	0.056	0.012	0.036
	N	30	30	30	30	30	30	30
GPD5.3	Pearson Correlation	0.015	0.195	0.293	0.195	.424*	0.356	0.259
	Sig. (2-tailed)	0.935	0.301	0.116	0.303	0.02	0.053	0.166
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total GPD	Pearson Correlation	.529**	.508**	.372*	.481**	.610**	.800**	.671**
	Sig. (2-tailed)	0.003	0.004	0.043	0.007	0	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30

[illegible]

-0.002	0.332	0.241	0.276	.625**	-0.055	0.254	0.195	.574**
0.992	0.073	0.2	0.141	0	0.772	0.175	0.303	0.007
30	30	30	30	30	30	30	30	30
0.111	0.351	.552**	0.35	.516**	0.292	0.352	.424*	.610**
0.559	0.057	0.002	0.058	0.004	0.118	0.056	0.02	0
30	30	30	30	30	30	30	30	30
0.308	.653**	.794**	.620**	.543**	0.286	.455*	0.356	.800**
0.098	0	0	0	0.002	0.125	0.012	0.053	0
30	30	30	30	30	30	30	30	30
.717**	.583**	.496**	.520**	.403*	0.312	.385*	0.259	.671**
0	0.001	0.005	0.003	0.027	0.093	0.036	0.166	0
30	30	30	30	30	30	30	30	30
1	.417*	0.322	.392*	0.165	.539**	.401*	0.295	.644**
	0.022	0.082	0.032	0.382	0.002	0.028	0.114	0.001
30	30	30	30	30	30	30	30	30
.417*	1	.545**	.566**	.441*	0.283	.428*	0.224	.732**
0.022		0.002	0.001	0.015	0.129	0.018	0.235	0
30	30	30	30	30	30	30	30	30
0.322	.545**	1	.656**	.456*	0.303	0.345	0.356	.783**
0.082	0.002		0	0.011	0.104	0.062	0.053	0
30	30	30	30	30	30	30	30	30
.392*	.566**	.656**	1	.466**	0.182	.596**	.453*	.773**
0.032	0.001	0		0.009	0.336	0.001	0.012	0
30	30	30	30	30	30	30	30	30
0.165	.441*	.456*	.466**	1	0	.362*	.441*	.697**
0.382	0.015	0.011	0.009		1	0.049	0.015	0
30	30	30	30	30	30	30	30	30
.539**	0.283	0.303	0.182	0	1	.434*	0.17	.720**
0.002	0.129	0.104	0.336	1		0.017	0.369	0.007
30	30	30	30	30	30	30	30	30
.401*	.428*	0.345	.596**	.362*	.434*	1	.698**	.723**

B. Variabel *Green Price* (X2)

Responden	Butir pernyataan															Total X2
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	4	4	4	3	3	5	3	4	5	5	4	5	4	5	3	61
2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	5	3	4	59
3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	63
4	4	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	58
5	4	4	4	4	2	4	5	5	4	4	4	2	3	3	5	57
6	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	65
7	4	5	4	4	4	5	4	5	5	3	4	5	5	4	4	65
8	4	4	3	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	59
9	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	61
10	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	57
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	3	3	4	3	57
12	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	70
13	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	69
14	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	53
15	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	5	3	4	4	56
16	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
17	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	56
18	4	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	66
19	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	68
20	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
21	5	4	4	5	4	4	3	5	5	4	4	5	4	5	5	66
22	4	4	3	4	4	5	3	5	5	4	4	3	5	4	4	61
23	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4	4	60
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	57
25	4	5	5	4	5	5	3	4	3	4	4	3	3	4	3	59
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
27	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	66
28	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	69
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	4	5	70
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	3	4	3	66

Correlations									
		GPR1.1	GPR1.2	GPR1.3	GPR2.1	GPR2.2	GPR2.3	GPR3.1	GPR3.2
GPR1.1	Pearson Correlation	1	.596**	.402*	.510**	.505**	.392*	0.17	0.242
	Sig. (2-tailed)		0.001	0.028	0.004	0.004	0.032	0.369	0.198
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
GPR1.2	Pearson Correlation	.596**	1	.614**	.412*	.448*	.645**	0.078	0.211
	Sig. (2-tailed)	0.001		0	0.024	0.013	0	0.684	0.262
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
GPR1.3	Pearson Correlation	.402*	.614**	1	.442*	0.263	0.223	0.309	0.194
	Sig. (2-tailed)	0.028	0		0.014	0.16	0.237	0.096	0.303
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
GPR2.1	Pearson Correlation	.510**	.412*	.442*	1	.455*	0.259	0.3	.487**
	Sig. (2-tailed)	0.004	0.024	0.014		0.012	0.167	0.107	0.006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
GPR2.2	Pearson Correlation	.505**	.448*	0.263	.455*	1	.564**	0.352	.492**
	Sig. (2-tailed)	0.004	0.013	0.16	0.012		0.001	0.057	0.006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
GPR2.3	Pearson Correlation	.392*	.645**	0.223	0.259	.564**	1	0.18	0.327
	Sig. (2-tailed)	0.032	0	0.237	0.167	0.001		0.341	0.077
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
GPR3.1	Pearson Correlation	0.17	0.078	0.309	0.3	0.352	0.18	1	.419*
	Sig. (2-tailed)	0.369	0.684	0.096	0.107	0.057	0.341		0.021
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
GPR3.2	Pearson Correlation	0.242	0.211	0.194	.487**	.492**	0.327	.419*	1
	Sig. (2-tailed)	0.198	0.262	0.303	0.006	0.006	0.077	0.021	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
GPR3.3	Pearson Correlation	0.354	0.158	0.133	0.15	0.125	0.352	0.328	.507**
	Sig. (2-tailed)	0.055	0.405	0.483	0.43	0.511	0.057	0.077	0.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
GPR4.1	Pearson Correlation	0.037	0.096	-0.074	-0.111	0.003	.392*	0.173	0.179
	Sig. (2-tailed)	0.847	0.612	0.698	0.559	0.988	0.032	0.36	0.343
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

GPR4.2	Pearson Correlation	-.424*	-0.353	-0.293	-0.07	0.006	-0.164	-0.145	-0.024
	Sig. (2-tailed)	0.019	0.056	0.117	0.714	0.974	0.386	0.446	0.9
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
GPR4.3	Pearson Correlation	0.083	-0.125	0.134	-0.021	0.048	-0.048	.363*	.484**
	Sig. (2-tailed)	0.662	0.512	0.481	0.914	0.8	0.8	0.049	0.007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
GPR5.1	Pearson Correlation	0	-0.154	-0.213	-0.095	0.138	0.149	0.215	.391*
	Sig. (2-tailed)	1	0.416	0.258	0.616	0.467	0.431	0.253	0.033
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
GPR5.2	Pearson Correlation	0.216	0	0.067	0.1	0.31	0.321	0.168	.501**
	Sig. (2-tailed)	0.251	1	0.726	0.597	0.096	0.084	0.376	0.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
GPR5.3	Pearson Correlation	0.204	0.069	-0.085	0.279	0.008	0.12	0.111	0.222
	Sig. (2-tailed)	0.279	0.717	0.656	0.136	0.966	0.526	0.558	0.239
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Total GPR	Pearson Correlation	.508**	.439*	.384*	.503**	.599**	.587**	.534**	.750**
	Sig. (2-tailed)	0.004	0.015	0.036	0.005	0	0.001	0.002	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

GPR3.3	GPR4.1	GPR4.2	GPR4.3	GPR5.1	GPR5.2	GPR5.3	Total GPR
0.354	0.037	-.424*	0.083	0	0.216	0.204	.769**
0.055	0.847	0.019	0.662	1	0.251	0.279	0.004
30	30	30	30	30	30	30	30
0.158	0.096	-0.353	-0.125	-0.154	0	0.069	.569*
0.405	0.612	0.056	0.512	0.416	1	0.717	0
30	30	30	30	30	30	30	30
0.133	-0.074	-0.293	0.134	-0.213	0.067	-0.085	.805*
0.483	0.698	0.117	0.481	0.258	0.726	0.656	0.036
30	30	30	30	30	30	30	30
0.15	-0.111	-0.07	-0.021	-0.095	0.1	0.279	.640**
0.43	0.559	0.714	0.914	0.616	0.597	0.136	0.005
30	30	30	30	30	30	30	30

0.125	0.003	0.006	0.048	0.138	0.31	0.008	.735**
0.511	0.988	0.974	0.8	0.467	0.096	0.966	0
30	30	30	30	30	30	30	30
0.352	.392*	-0.164	-0.048	0.149	0.321	0.12	.625**
0.057	0.032	0.386	0.8	0.431	0.084	0.526	0.001
30	30	30	30	30	30	30	30
0.328	0.173	-0.145	.363*	0.215	0.168	0.111	.713**
0.077	0.36	0.446	0.049	0.253	0.376	0.558	0.002
30	30	30	30	30	30	30	30
.507**	0.179	-0.024	.484**	.391*	.501**	0.222	.636**
0.004	0.343	0.9	0.007	0.033	0.005	0.239	0
30	30	30	30	30	30	30	30
1	.387*	-0.02	0.358	.585**	.559**	0.323	.769**
	0.035	0.916	0.052	0.001	0.001	0.082	0
30	30	30	30	30	30	30	30
.387*	1	0.155	0.298	.446*	.407*	0.229	.569**
0.035		0.413	0.11	0.013	0.026	0.223	0.009
30	30	30	30	30	30	30	30
-0.02	0.155	1	-0.085	0.131	0.229	0.269	.805**
0.916	0.413		0.657	0.491	0.223	0.15	0
30	30	30	30	30	30	30	30
0.358	0.298	-0.085	1	.461*	.448*	0.182	.640**
0.052	0.11	0.657		0.01	0.013	0.334	0.004
30	30	30	30	30	30	30	30
.585**	.446*	0.131	.461*	1	0.323	0.32	.735**
0.001	0.013	0.491	0.01		0.082	0.085	0.004
30	30	30	30	30	30	30	30
.559**	.407*	0.229	.448*	0.323	1	0.226	.625**
0.001	0.026	0.223	0.013	0.082		0.229	0
30	30	30	30	30	30	30	30
0.323	0.229	0.269	0.182	0.32	0.226	1	.713**
0.082	0.223	0.15	0.334	0.085	0.229		0.009

30	30	30	30	30	30	30	30
.693**	.471**	0.062	.508**	.512**	.645**	.467**	1
0	0.009	0.745	0.004	0.004	0	0.009	
30	30	30	30	30	30	30	30

C. Variabel *Green Promotion* (X3)

Responden	Butir pernyataan									Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	X3
1	4	5	4	3	4	4	4	5	3	36
2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	34
3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	38
4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	37
5	4	4	4	4	5	4	3	3	4	35
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
8	3	4	4	4	3	4	2	2	3	29
9	4	5	4	4	3	4	3	4	4	35
10	4	4	5	5	5	4	5	5	5	42
11	4	4	4	4	4	3	3	4	4	34
12	5	5	4	4	4	4	5	5	4	40
13	5	4	4	5	4	3	4	4	5	38
14	4	4	4	4	3	3	3	4	3	32
15	4	3	4	3	4	4	4	4	4	34
16	4	3	3	3	3	3	3	4	3	29
17	4	3	4	4	4	5	5	5	5	39
18	2	2	4	4	5	5	5	5	5	37
19	5	4	4	5	4	4	4	4	4	38
20	4	3	4	4	3	3	5	5	5	36
21	4	4	4	5	3	5	4	4	5	38
22	5	5	4	3	4	5	4	4	4	38
23	4	4	4	4	4	3	4	3	4	34
24	4	4	3	3	2	4	4	3	4	31
25	4	4	4	4	3	3	4	4	4	34
26	5	5	4	4	4	4	5	5	4	40
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
28	5	5	5	3	3	4	4	4	4	37
29	5	5	5	5	4	3	4	4	2	37
30	3	4	4	3	4	3	5	4	1	31

D. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Responden	Butir pernyataan									Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Y
1	4	4	5	3	4	4	4	4	4	36
2	3	4	4	4	4	5	3	5	3	35
3	5	4	4	4	4	4	4	5	4	38
4	5	4	4	3	4	5	4	5	3	37
5	4	3	4	4	4	3	5	5	5	37
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
7	5	5	5	5	4	4	4	4	4	40
8	4	4	4	4	3	3	4	4	3	33
9	3	3	4	4	5	4	5	5	5	38
10	5	4	4	5	5	4	4	4	4	39
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
13	5	4	4	5	5	4	5	5	4	41
14	4	5	4	4	4	3	3	5	3	35
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
16	4	4	3	4	5	5	5	5	5	40
17	4	4	4	4	3	3	3	3	3	31
18	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
19	3	4	4	4	3	3	4	4	4	33
20	4	5	4	5	4	5	4	5	5	41
21	4	4	4	3	3	5	3	3	5	34
22	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
24	4	3	3	3	4	4	4	3	4	32
25	4	4	4	4	2	4	3	4	4	33
26	4	4	5	5	4	4	5	5	4	40
27	4	3	4	4	4	3	4	4	4	34
28	4	4	3	4	5	5	4	4	4	37
29	4	4	3	4	4	4	4	4	2	33
30	4	3	4	4	4	4	4	4	3	34

Lampiran 3

Hasil Uji Reliabilitas

A. Variabel *Green Product* (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.883	15

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
GPD1.1	57.03	46.309	.476	.879
GPD1.2	57.30	44.286	.421	.882
GPD1.3	57.13	46.602	.262	.888
GPD2.1	57.17	45.799	.382	.882
GPD2.2	56.97	44.309	.582	.874
GPD2.3	57.20	41.269	.756	.865
GPD3.1	57.00	43.379	.605	.873
GPD3.2	57.17	44.420	.460	.879
GPD3.3	57.03	43.413	.665	.871
GPD4.1	57.13	41.913	.738	.866
GPD4.2	57.20	41.269	.715	.867
GPD4.3	57.17	43.178	.623	.872
GPD5.1	57.20	44.786	.385	.883
GPD5.2	57.07	43.444	.628	.872
GPD5.3	57.03	44.792	.507	.877

B. Variabel *Green Price* (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.789	15

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
GPR1.1	56.73	24.202	.438	.777
GPR1.2	57.00	23.862	.329	.782
GPR1.3	56.83	24.075	.260	.788
GPR2.1	56.93	23.926	.421	.777
GPR2.2	56.97	22.447	.497	.769
GPR2.3	56.80	22.786	.491	.770
GPR3.1	57.07	23.030	.427	.775
GPR3.2	56.80	21.062	.673	.752
GPR3.3	56.77	21.978	.614	.759
GPR4.1	57.03	23.964	.380	.779
GPR4.2	57.10	26.438	-.086	.818
GPR4.3	56.87	22.602	.367	.782
GPR5.1	57.00	23.172	.402	.777
GPR5.2	56.97	22.654	.566	.765
GPR5.3	57.13	23.223	.337	.783

C. Variabel *Green Promotion* (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.778	9

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
GPM1.1	32.63	14.240	.479	.372	.759
GPM1.2	32.90	13.541	.325	.613	.781
GPM1.3	32.73	14.616	.201	.370	.795
GPM2.1	32.77	13.909	.376	.368	.769
GPM2.2	32.57	13.357	.529	.568	.749
GPM2.3	32.80	11.683	.717	.654	.714
GPM3.1	32.60	12.662	.591	.749	.738
GPM3.2	32.77	13.564	.373	.640	.771
GPM3.3	32.63	12.585	.679	.538	.727

D. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.821	9

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
KP1.1	32.83	12.144	.601	.623	.799
KP1.2	33.10	11.266	.591	.748	.794
KP1.3	32.93	11.513	.470	.544	.809
KP2.1	33.03	11.895	.575	.501	.799
KP2.2	33.07	10.823	.612	.631	.791
KP2.3	32.90	11.266	.566	.656	.797
KP3.1	33.17	11.799	.411	.347	.816
KP3.2	32.90	10.852	.558	.595	.798
KP3.3	32.87	11.913	.396	.568	.818

Lampiran 4

Tabulasi Data Responden

A. Variabel *Green Product* (X1)

Responden	Butir Pernyataan															TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	X1
1	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	3	5	4	4	5	65
2	4	4	3	5	4	4	5	5	4	3	4	5	4	4	4	62
3	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	61
4	4	3	4	4	4	2	4	4	3	3	2	4	4	3	4	52
5	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	55
6	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	64
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	61
8	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	3	4	5	5	4	66
9	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	63
10	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	5	4	4	55
11	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	52
12	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	69
13	5	5	4	5	4	4	3	3	5	4	4	4	5	5	4	64
14	4	4	4	5	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	57
15	4	3	3	3	3	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	55
16	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	2	2	59
17	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	59
18	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	5	5	5	59
19	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
20	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	73
21	4	3	5	4	3	3	4	5	3	4	5	3	4	5	5	60
22	4	3	5	5	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	64
23	3	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	64
24	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
25	4	5	5	3	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	68
26	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	72
27	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	4	4	69
28	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	72
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
30	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	74
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
33	2	5	4	4	5	4	3	4	5	5	3	4	3	4	5	60
34	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	4	4	5	5	3	65
35	3	4	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	4	4	4	66
36	5	5	4	5	5	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	65
37	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
38	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	5	62
39	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	66
40	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	72
41	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	53
42	5	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	3	4	5	4	62
43	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	70
44	4	5	4	4	2	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	59
45	3	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	3	3	4	61

Responden	Butir Pernyataan															TOTAL X1
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
46	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	71
47	4	5	3	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	3	58
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
49	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	5	62
50	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	59
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	62
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
54	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	68
55	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	63
56	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	62
57	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	58
58	4	4	4	4	4	4	1	4	4	1	4	4	4	4	4	54
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	61
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	60
61	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	52
62	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	61
63	3	5	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	51
64	2	4	2	3	5	3	3	3	5	5	2	4	3	3	3	50
65	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	70
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	74
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
69	5	4	3	4	4	4	5	2	5	3	5	5	3	3	4	59
70	4	5	4	5	5	3	2	3	4	3	2	4	2	4	5	55
71	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	71
72	5	4	5	4	3	4	5	4	2	4	4	3	5	5	3	60
73	4	5	3	4	4	5	4	4	2	3	5	4	3	4	3	57
74	3	5	4	5	3	4	5	4	4	5	4	3	4	5	3	61
75	5	3	4	5	3	4	5	4	4	5	3	5	3	4	4	61
76	3	4	3	3	5	5	5	4	4	4	5	3	4	4	3	59
77	4	3	4	5	3	2	2	4	3	4	4	4	3	4	3	52
78	4	3	5	4	5	3	4	3	3	4	5	5	3	5	4	60
79	2	3	4	5	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	3	56
80	4	5	4	4	3	4	3	3	4	4	5	5	3	3	4	58
81	5	3	4	5	4	5	5	3	3	4	5	3	3	3	5	60
82	4	5	4	3	4	3	5	4	3	4	4	3	4	5	3	58
83	2	5	3	5	4	3	4	4	3	2	3	5	4	4	4	55
84	4	5	3	5	4	5	4	3	5	3	3	5	5	5	4	63
85	3	4	5	4	4	3	4	5	3	4	4	4	4	4	4	59
86	3	4	4	2	4	4	5	5	4	3	4	4	5	4	5	60
87	5	4	3	4	4	4	3	2	4	5	4	3	3	4	3	55
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
93	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	70
94	4	3	4	5	4	3	3	5	5	4	4	5	5	3	5	62
95	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	3	4	66
96	3	2	3	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	3	59

Responden	Butir Pernyataan															TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	X1
97	4	5	3	4	5	5	3	4	4	5	3	4	5	3	3	60
98	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	62
99	3	4	5	4	5	4	3	3	3	3	5	5	3	4	5	59
100	2	3	4	3	4	5	3	3	2	3	3	3	5	4	4	51

B. Variabel *Green Price* (X2)

Responden	Butir Pernyataan															TOTAL
	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	X2
1	4	4	4	3	3	5	3	4	5	5	4	5	4	5	3	61
2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	5	3	4	59
3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	63
4	4	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	58
5	4	4	4	4	2	4	5	5	4	4	4	2	3	3	5	57
6	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	65
7	4	5	4	4	4	5	4	5	5	3	4	5	5	4	4	65
8	4	4	3	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	59
9	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	61
10	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	57
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	3	3	4	3	57
12	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	70
13	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	69
14	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	53
15	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	5	3	4	4	56
16	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
17	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	56
18	4	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	66
19	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	68
20	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
21	5	4	4	5	4	4	3	5	5	4	4	5	4	5	5	66
22	4	4	3	4	4	5	3	5	5	4	4	3	5	4	4	61
23	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4	4	60
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	57
25	4	5	5	4	5	5	3	4	3	4	4	3	3	4	3	59
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
27	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	66
28	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	69
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	4	5	70
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	3	4	3	66
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	3	3	4	68
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	1	5	4	69
33	5	4	3	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	66
34	5	5	3	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	68
35	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	3	5	4	4	63
36	5	4	5	4	5	4	4	4	4	3	5	5	3	4	4	63
37	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	2	58

Responden	Butir Pernyataan															TOTAL
	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	X2
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	4	3	66
39	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	67
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	70
41	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	1	5	5	4	4	55
42	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	5	62
43	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	3	4	3	5	3	64
44	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	5	4	60
45	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	71
46	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	71
47	5	4	3	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	67
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	60
49	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4	5	3	4	4	67
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	57
51	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	3	4	5	61
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	65
54	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	73
55	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	62
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	57
57	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	58
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	64
59	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	63
60	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	64
61	4	3	4	3	4	5	3	3	4	4	4	3	5	4	4	57
62	3	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	5	3	4	4	65
63	3	3	5	2	5	5	3	3	3	4	3	4	4	4	2	53
64	3	3	5	2	3	5	3	4	3	4	4	3	3	4	3	52
65	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	68
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	69
67	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	1	5	4	4	4	57
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	60
69	4	4	5	5	4	3	5	5	5	4	3	4	3	4	3	61
70	2	3	5	5	4	4	4	5	5	4	3	4	3	3	4	58
71	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	1	5	4	67
72	4	5	5	3	4	5	4	3	3	5	5	4	5	4	4	63
73	4	4	5	3	5	3	4	4	4	4	4	5	4	5	5	63
74	5	4	4	5	3	4	5	5	3	4	4	3	5	4	4	62
75	5	3	4	4	4	4	5	4	3	3	4	5	3	4	4	59
76	5	5	4	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	2	59
77	4	3	3	4	3	5	3	4	4	4	4	3	3	4	3	54
78	4	3	5	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	59
79	4	5	5	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	63
80	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	1	5	4	4	4	53
81	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	58
82	4	5	4	3	5	4	3	2	5	4	3	4	3	4	3	56
83	3	3	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	3	4	57

Responden	Butir Pernyataan															TOTAL
	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	X2
84	4	5	3	4	3	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	63
85	5	3	3	5	3	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	62
86	4	4	4	5	3	4	5	3	4	4	4	5	4	5	5	63
87	4	3	4	4	4	4	4	2	5	4	4	3	5	4	4	58
88	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4	4	60
89	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	58
90	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	61
91	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63
92	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	65
93	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	71
94	4	5	5	5	5	4	4	3	3	4	5	3	4	4	5	63
95	3	5	3	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	4	3	64
96	3	4	5	5	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	57
97	5	4	5	4	4	3	2	4	4	5	4	5	5	5	4	63
98	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	63
99	4	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	67
100	5	2	3	5	5	5	5	4	5	5	5	2	5	2	4	62

C. Variabel *Green Promotion* (X3)

Responden	Butir Pernyataan									Total
	31	32	33	34	35	36	37	38	39	X3
1	4	5	4	3	4	4	4	5	3	36
2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	34
3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	38
4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	37
5	4	4	4	4	5	4	3	3	4	35
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
8	3	4	4	4	3	4	2	2	3	29
9	4	5	4	4	3	4	3	4	4	35
10	4	4	5	5	5	4	5	5	5	42
11	4	4	4	4	4	3	3	4	4	34
12	5	5	4	4	4	4	5	5	4	40
13	5	4	4	5	4	3	4	4	5	38
14	4	4	4	4	3	3	3	4	3	32
15	4	3	4	3	4	4	4	4	4	34
16	4	3	3	3	3	3	3	4	3	29
17	4	3	4	4	4	5	5	5	5	39
18	2	2	4	4	5	5	5	5	5	37
19	5	4	4	5	4	4	4	4	4	38
20	4	3	4	4	3	3	5	5	5	36
21	4	4	4	5	3	5	4	4	5	38
22	5	5	4	3	4	5	4	4	4	38
23	4	4	4	4	4	3	4	3	4	34
24	4	4	3	3	2	4	4	3	4	31

Responden	Butir Pernyataan									Total
	31	32	33	34	35	36	37	38	39	X3
71	5	5	5	4	5	5	4	5	4	42
72	3	3	5	4	4	4	5	5	4	37
73	4	4	4	5	3	5	5	4	5	39
74	5	5	4	3	4	5	5	4	4	39
75	4	4	4	4	4	5	4	3	4	36
76	4	4	3	3	2	5	4	3	4	32
77	4	4	4	4	3	5	4	4	4	36
78	5	5	4	4	4	5	5	5	4	41
79	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
80	5	5	5	5	3	4	4	5	4	40
81	5	5	5	5	4	3	4	4	1	36
82	3	4	4	3	4	3	5	4	1	31
83	4	5	5	5	3	3	4	4	5	38
84	5	5	5	5	5	5	4	5	4	43
85	3	3	5	5	4	4	5	5	4	38
86	4	4	4	5	3	5	4	4	5	38
87	5	5	4	5	4	5	4	4	4	40
88	4	4	4	5	4	3	5	3	4	36
89	4	4	3	3	2	4	5	3	4	32
90	4	4	4	4	3	3	5	4	4	35
91	5	5	4	4	4	4	5	5	5	41
92	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
93	5	5	5	3	3	4	4	4	5	38
94	5	5	5	5	4	3	4	4	1	36
95	3	4	4	3	4	3	5	4	1	31
96	4	1	3	3	3	3	4	4	5	30
97	5	5	5	4	5	5	4	5	4	42
98	3	3	5	4	4	4	5	5	4	37
99	5	5	5	4	5	3	5	5	5	42
100	3	3	5	4	2	2	5	5	4	33

D. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

[illegible]

Responden	Butir Pernyataan									Total
	40	41	42	43	44	45	46	47	48	Y
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
13	5	4	4	5	5	4	5	5	4	41
14	4	5	4	4	4	3	3	5	3	35
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
16	4	4	3	4	5	5	5	5	5	40
17	4	4	4	4	3	3	3	3	3	31
18	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
19	3	4	4	4	3	3	4	4	4	33
20	4	5	4	5	4	5	4	5	5	41
21	4	4	4	3	3	5	3	3	5	34
22	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
24	4	3	3	3	4	4	4	3	4	32
25	4	4	4	4	2	4	3	4	4	33
26	4	4	5	5	4	4	5	5	4	40
27	4	3	4	4	4	3	4	4	4	34
28	4	4	3	4	5	5	4	4	4	37
29	4	4	3	4	4	4	4	4	2	33
30	4	3	4	4	4	4	4	4	1	32
31	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
32	5	5	5	4	5	5	4	4	4	41
33	5	4	4	4	5	5	5	4	4	40
34	4	4	4	3	3	5	3	3	5	34
35	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
37	4	3	3	3	4	4	4	3	4	32
38	4	4	4	4	2	4	3	4	4	33
39	4	4	5	5	4	4	5	5	4	40
40	4	3	4	4	4	3	4	4	4	34
41	4	4	3	4	5	5	4	4	4	37
42	4	4	3	4	4	4	5	4	5	37
43	5	3	4	4	4	4	5	4	5	38
44	4	4	4	4	4	4	5	4	5	38
45	5	5	5	4	5	5	5	4	4	42
46	5	4	4	4	5	5	5	4	4	40
47	4	4	4	3	3	5	5	3	5	36
48	4	4	4	4	3	4	5	4	4	36
49	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37
50	4	3	3	5	5	5	4	5	4	38
51	4	4	5	4	2	4	3	4	4	34
52	4	4	5	5	4	4	5	5	4	40
53	4	3	4	5	4	3	4	5	4	36
54	4	4	3	5	5	5	4	5	4	39
55	4	4	3	5	4	4	4	5	1	34
56	4	3	4	4	4	4	4	4	1	32
57	5	4	4	5	4	4	4	5	5	40

Responden	Butir Pernyataan									Total
	40	41	42	43	44	45	46	47	48	Y
58	5	5	5	4	5	5	4	4	4	41
59	5	4	4	4	5	5	5	4	4	40
60	4	4	4	3	3	5	3	3	5	34
61	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
62	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
63	4	5	5	3	4	4	4	3	4	36
64	4	4	4	5	2	4	3	5	4	35
65	4	4	5	5	4	4	5	5	4	40
66	5	5	5	4	5	3	4	4	5	40
67	4	4	3	4	5	5	4	4	4	37
68	4	4	3	4	4	4	4	4	1	32
69	4	3	4	4	4	4	4	4	1	32
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
71	5	5	5	4	5	5	4	4	4	41
72	5	4	4	4	5	5	5	4	4	40
73	4	4	4	3	3	5	3	3	5	34
74	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
76	4	3	3	3	4	4	4	3	4	32
77	4	4	4	4	2	4	3	4	4	33
78	4	4	5	5	4	4	5	5	4	40
79	4	3	4	4	4	3	4	4	4	34
80	4	4	3	4	5	5	4	4	4	37
81	4	4	3	4	4	4	4	4	1	32
82	4	3	4	4	4	4	4	4	1	32
83	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
84	5	5	5	4	5	5	4	4	4	41
85	5	4	4	4	5	5	5	4	4	40
86	4	4	4	3	3	5	3	3	5	34
87	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
89	4	3	3	3	4	4	4	3	4	32
90	4	4	4	4	2	4	3	4	4	33
91	4	4	5	5	4	4	5	5	5	41
92	4	3	4	4	4	3	4	4	5	35
93	4	4	3	4	5	5	4	4	5	38
94	4	4	3	4	4	4	4	4	1	32
95	4	3	4	4	4	4	4	4	1	32
96	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
97	5	5	5	4	5	5	4	4	4	41
98	5	4	4	4	5	5	5	4	4	40
99	5	5	3	4	5	5	5	4	5	41
100	5	2	2	4	5	5	5	4	4	36

Lampiran 5

Hasil Uji Asumsi Klasik

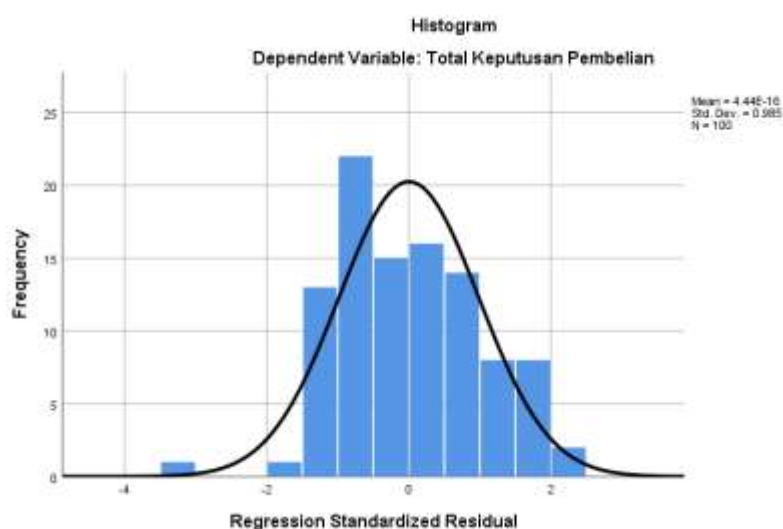
A. Output Hasil Uji Normalitas

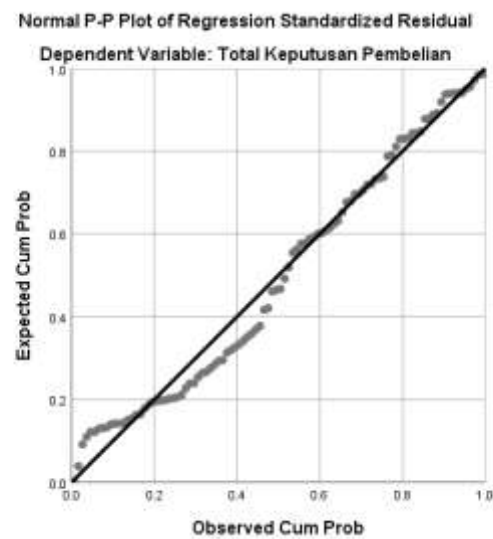
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.33116269
Most Extreme Differences	Absolute	.084
	Positive	.084
	Negative	-.078
Test Statistic		.084
Asymp. Sig. (2-tailed)		.076

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.



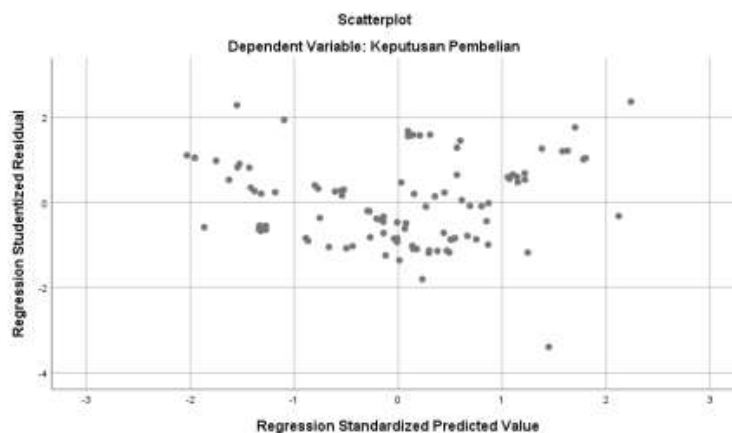


B. Ouput Hasil Uji Multikolineritas

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	28.703	3.755		7.643	.000		
	Total Green Product	-.032	.029	-.101	-1.127	.263	.968	1.033
	Total Green Price	-.057	.049	-.108	-1.176	.243	.919	1.088
	Total Green Promotion	.376	.071	.492	5.263	.000	.893	1.120

a. Dependent Variable: Total Keputusan Pembelian

C. Output Hasil Uji Heteroskedastisitas



D. Output Hasil Uji Linearitas

1. Uji Linearitas Variabel *Green Product* Terhadap Keputusan Pembelian

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Green Product	Between Groups	(Combined)	218.633	27	8.098	1.166	.000
		Linearity	24.694	1	24.694	3.556	.000
		Deviation from Linearity	193.939	26	7.459	1.074	.793
	Within Groups		499.953	72	6.944		
	Total		718.586	99			

2. Uji Linearitas Variabel *Green Price* Terhadap Keputusan Pembelian

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Green Price	Between Groups	(Combined)	128.333	19	6.754	12,997	.001
		Linearity	.531	1	.531	27,995	.001
		Deviation from Linearity	127.801	18	7.100	.962	.663
	Within Groups		590.253	80	7.378		
	Total		718.586	99			

3. Uji Linearitas Variabel *Green Promotion* Terhadap Keputusan Pembelian

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Green Promotion	Between Groups	(Combined)	475.390	12	39.616	14.172	.000
		Linearity	164.711	1	164.711	58.923	.000
		Deviation from Linearity	310.679	11	28.244	1.146	.810
	Within Groups		243.196	87	2.795		
	Total		718.586	99			

Lampiran 6

Hasil Spss

A. Output Analisis Deskriptif Variabel *Green Product*

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
GPD1.1	100	2	5	4.01	.732
GPD1.2	100	1	5	4.14	.766
GPD1.3	100	2	5	4.03	.703
GPD2.1	100	2	5	4.16	.662
GPD2.2	100	2	5	4.20	.667
GPD2.3	100	2	5	4.02	.710
GPD3.1	100	1	5	4.05	.833
GPD3.2	100	2	5	3.98	.738
GPD3.3	100	2	5	4.09	.712
GPD4.1	100	1	5	4.08	.787
GPD4.2	100	2	5	3.95	.809
GPD4.3	100	3	5	4.14	.667
GPD5.1	100	1	5	3.89	.764
GPD5.2	100	2	5	4.10	.659
GPD5.3	100	2	5	4.07	.685
Total <i>Green Product</i>	100	42	75	60.91	5.931
Valid N (listwise)	100				

B. Output Analisis Deskriptif Variabel *Green Price*

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
GPR1.1	100	2	5	4.13	.661
GPR1.2	100	3	5	4.05	.657
GPR1.3	100	2	5	4.20	.725
GPR2.1	100	2	5	4.09	.668
GPR2.2	100	2	5	4.15	.657
GPR2.3	100	3	5	4.23	.617
GPR3.1	100	2	5	4.09	.637
GPR3.2	100	2	5	4.15	.744
GPR3.3	100	1	5	4.17	.753
GPR4.1	100	3	5	4.07	.517
GPR4.2	100	1	6	3.73	.908
GPR4.3	100	2	5	4.09	.767
GPR5.1	100	1	9	3.76	1.102
GPR5.2	100	3	5	4.04	.549
GPR5.3	100	2	5	3.86	.752
Total <i>Green Price</i>	100	51	70	60.81	4.431
Valid N (listwise)	100				

C. Output Analisis Deskriptif Variabel *Green Promotion*

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
GPM1.1	100	1	5	4.15	.770
GPM1.2	100	1	5	3.97	1.096
GPM1.3	100	3	5	4.11	.634
GPM2.1	100	3	5	3.82	.687
GPM2.2	100	2	5	3.66	.728
GPM2.3	100	3	5	3.83	.739
GPM3.1	100	2	6	4.19	.581
GPM3.2	100	2	5	4.09	.653
GPM3.3	100	1	5	3.77	1.081
Total <i>Green Promotion</i>	100	28	42	35.59	3.528
Valid N (listwise)	100				

D. Output Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KP1.1	100	3	5	4.17	.451
KP1.2	100	3	5	3.90	.560
KP1.3	100	3	5	3.95	.592
KP2.1	100	3	5	3.97	.502
KP2.2	100	2	5	3.97	.797
KP2.3	100	3	5	4.19	.615
KP3.1	100	3	6	4.04	.602
KP3.2	100	3	5	3.67	.625
KP3.3	100	3	6	5.01	.796
Total Keputusan Pembelian	100	31	45	36.87	2.694
Valid N (listwise)	100				

E. Output Analisis Koefisien Korelasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.660 ^a	.636	.630	2.378
a. Predictors: (Constant), Green Promotion, Green Product, Green Price				
b. Dependent Variable: <u>Keputusan Pembelian</u>				

F. Output Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.429	5.755		7.643	.000
	Green Product	.284	.137	.456	2.476	.000
	Green Price	.457	.146	.325	4.176	.000
	Green Promotion	.376	.124	.492	5.263	.000
a. Dependent Variable: <u>Keputusan Pembelian</u>						

G. Output Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.660 ^a	.636	.630	2.378
a. Predictors: (Constant), Green Promotion, Green Product, Green Price				
b. Dependent Variable: <u>Keputusan Pembelian</u>				

Lampiran 7

Hasil Uji Hipotesis

A. Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.429	5.755		7.643	.000
	Green Product	.284	.137	.456	2.476	.000
	Green Price	.457	.146	.325	4.176	.000
	Green Promotion	.376	.124	.492	5.263	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

B. Hasil Uji f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	180.588	3	60.196	10.741	.000 ^b
	Residual	537.998	96	5.604		
	Total	718.586	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Green Promotion, Green Product, Green Price