

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### LAMPIRAN 1: Kuesioner

Dear Responden,

Saya Aina Zatil Aqmar, mahasiswa tingkat akhir Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta bermaksud mengadakan penelitian dalam rangka penyelesaian skripsi mengenai perilaku konsumen yang berhubungan dengan *green cosmetic* dan *personal care*. *Green Cosmetics* dan *personal care* atau biasa dikenal juga dengan produk kosmetik dan perawatan diri ramah lingkungan, merupakan produk yang menggunakan bahan-bahan alami (*natural ingredients*) dan dihasilkan dari bahan baku terbarukan (*renewable*).

Untuk itu saya meminta kesediaan saudara/i untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini. Terimakasih banyak atas partisipasinya.

Aina Zatil Aqmar

### SCREENING

1. Apakah Anda berusia 17 tahun ke atas?

- Ya
- Tidak (Jika Tidak, silahkan berhenti karena Anda bukan responden kami.

Terima kasih)

2. Apakah Anda berdomisili di wilayah DKI Jakarta?

- Ya
- Tidak (Jika Tidak, silahkan berhenti karena Anda bukan responden kami.

Terima kasih)

3. Apakah Anda rutin menggunakan kosmetik/*personal care*?

Ya

Tidak (Jika Tidak, silahkan berhenti karena Anda bukan responden kami.

Terima kasih)

4. Apakah Anda sedang mempertimbangkan untuk membeli produk kosmetik/*personal care* yang ramah lingkungan?

Ya

Tidak (Jika Tidak, silahkan berhenti karena Anda bukan responden kami.

Terima kasih)

5. Apakah Anda pernah menggunakan kosmetik/*personal care* salah satu merek ini? (The Body Shop, The Face Shop, Innisfree, Klairs, Lush, L'Occitane, Sensatia Botanical, Green Mommy, Skin Dewi, Ocean Fresh)

Ya

Tidak

#### **PETUNJUK PENGISIAN**

1. Berilah tanda centang (✓) pada jawaban yang menurut saudara/i anggap paling sesuai.
2. Keterangan alternatif jawaban dan skor:
  - a. STS = Sangat Tidak Setuju (1)
  - b. TS = Tidak Setuju (2)
  - c. BS = Biasa Saja (3)
  - d. S = Setuju (4)
  - e. SS = Sangat Setuju (5)

**A. Environmental Concern/Kepedulian Lingkungan (X<sub>1</sub>)**

No	Daftar Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	BS	S	SS
<i>Egoistic Concern</i>						
1	Melindungi lingkungan akan mempersulit aktivitas saya sehari-hari					
2	Peraturan pemerintah mengenai lingkungan membatasi pilihan dan kebebasan pribadi saya					
<i>Altruistic concern</i>						
3	Efek polusi pada kesehatan masyarakat lebih buruk daripada yang kita sadari					
4	Perlindungan lingkungan akan membantu orang untuk memiliki kualitas hidup yang lebih baik					
5	Perlindungan lingkungan bermanfaat bagi semua orang					
<i>Biospheric Concern</i>						
6	Perkembangan modern mengancam kehidupan alam liar					
7	Selama beberapa dekade berikutnya, ribuan spesies tanaman dan hewan akan punah					

**B. Health Consciousness/Kesadaran Kesehatan (X<sub>2</sub>)**

No	Daftar Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	BS	S	SS
1	Sering menggunakan kosmetik/ <i>personal care</i> yang aman bagi kulit/kesehatan					
2	Menyeimbangkan pekerjaan, keluarga dan kehidupan sehari-hari dengan baik					
3	Sering membaca/memeriksa label kualitas sebelum membeli produk kosmetik/ <i>personal care</i> terbaru					

4	Berolahraga secara teratur					
5	Menghindari membeli kosmetik/ <i>personal care</i> yang menggunakan bahan aditif buatan (sintetis)					

### C. *Consumer Innovativeness*/Inovasi Konsumen (X<sub>3</sub>)

No	Daftar Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	BS	S	SS
1	Secara umum, merupakan orang yang pertama kali berada di lingkaran teman-teman untuk mengetahui produk kosmetik/ <i>personal care</i> terbaru					
2	Secara umum, termasuk yang pertama dalam lingkaran teman yang berniat untuk membeli produk kosmetik/ <i>personal care</i> terbaru ketika muncul					
3	Akan cukup tertarik membeli produk kosmetik/ <i>personal care</i> terbaru yang tersedia di toko-toko					
4	Akan membeli produk kosmetik/ <i>personal care</i> terbaru, walaupun belum pernah mencobanya					
5	Merasa perlu membeli produk kosmetik/ <i>personal care</i> sebelum orang lain melakukannya					

### D. *Consumer Purchase Intention*/Niat Pembelian Konsumen (Y<sub>1</sub>)

No	Daftar Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	BS	S	SS
1	Akan mempertimbangkan membeli kosmetik/ <i>personal care</i> ramah lingkungan karena tidak terlalu mencemari di masa mendatang					
2	Akan mempertimbangkan beralih ke kosmetik/ <i>personal care</i> ramah lingkungan untuk alasan ekologis					
3	Berencana untuk membelanjakan lebih banyak pada kosmetik/ <i>personal care</i> ramah lingkungan daripada kosmetik biasa					

4	Berharap untuk membeli kosmetik/ <i>personal care</i> ramah lingkungan di masa depan karena kontribusi lingkungannya yang positif					
5	Pasti ingin membeli kosmetik/ <i>personal care</i> ramah lingkungan dalam waktu dekat					

### E. Willingness to Pay Premium/Kesediaan Membayar Harga Premium (Y<sub>2</sub>)

No	Daftar Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	BS	S	SS
1	Bersedia membayar lebih untuk produk kosmetik/ <i>personal care</i> ramah lingkungan karena biaya produksinya lebih tinggi					
2	Membayar 10 persen lebih banyak untuk kosmetik/ <i>personal care</i> yang diproduksi, diproses, dan dikemas dengan cara yang ramah lingkungan adalah hal yang dapat diterima.					
3	Rela mengeluarkan uang <i>extra</i> dalam seminggu untuk membeli kosmetik/ <i>personal care</i> yang ramah lingkungan					

### IDENTITAS RESPONDEN

Berikan indikasi jawaban yang paling sesuai dengan keadaan Anda.

**Jenis Kelamin** :  Perempuan  Laki-laki

**Domisili** :  Jakarta Selatan  Jakarta Barat  
 Jakarta Timur  Jakarta Utara  
 Jakarta Pusat

**Usia** :  17-25 tahun  26-35 tahun  
 36-45 tahun  >45 tahun

- Pekerjaan** :  Pelajar/Mahasiswa  Wiraswasta  
 Pegawai Negeri  Pegawai Swasta  
 Ibu Rumah Tangga  Lain-lain

**Jumlah pengeluaran per bulan :**

- < Rp.1.000.000  Rp.1.001.000 - Rp.3.000.000  
 Rp.3.001.000 - Rp.5.000.000  Rp.5.001.000 – Rp.7.000.000  
 Rp.7.001.000 – Rp.9.000.000  > Rp.9.000.000

**Berapa jumlah uang yang Anda keluarkan dalam sebulan untuk membeli kosmetik?**

- < Rp.200.000  Rp.201.000 - Rp.400.000  
 Rp.401.000 - Rp.600.000  Rp.601.000 – Rp.800.000  
 Rp.801.000 – Rp.1.000.000  > Rp.1.000.000



## LAMPIRAN 2: *Output Exploratory Factor Analysis*

### 1. Variabel *Environmental Concern*

**Pattern Matrix<sup>a</sup>**

	Component		
	1	2	3
EC4	.876		
EC5	.765		
EC3	.715		
EC2		.917	
EC1		.909	
EC7			.882
EC6			.874

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.<sup>a</sup>

a. Rotation converged in 5 iterations.

### 2. Variabel *Health Consciousness*

**Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component
	1
HC2	.817
HC1	.748
HC3	.706
HC5	.620
HC4	.561

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.



### 3. Variabel *Consumer Innovativeness*

#### Component Matrix<sup>a</sup>

	Component 1
CI2	.821
CI3	.779
CI4	.771
CI5	.758
CI1	.693

Extraction Method:  
Principal  
Component  
Analysis.

a. 1  
components  
extracted.

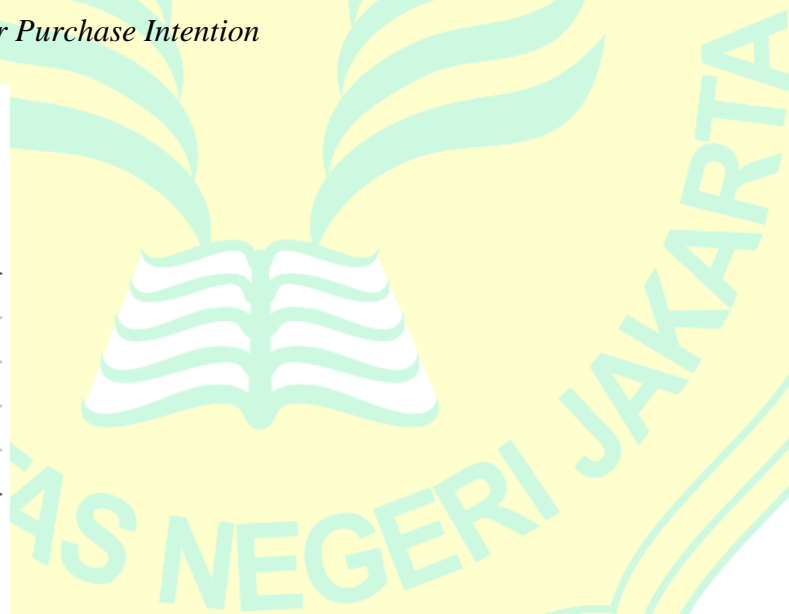
### 4. Variabel *Consumer Purchase Intention*

#### Component Matrix<sup>a</sup>

	Component 1
CPI3	.841
CPI2	.831
CPI4	.818
CPI1	.734
CPI5	.671

Extraction Method:  
Principal  
Component  
Analysis.

a. 1  
components  
extracted.





5. Variabel *Willingness to Pay Premium***Component  
Matrix<sup>a</sup>**

	Component 1
WTP2	.924
WTP1	.854
WTP3	.822

Extraction Method:  
Principal Component  
Analysis.

a. 1  
components  
extracted.



### LAMPIRAN 3: *Output Uji Reliabilitas*

#### 1. Variabel *Environmental Concern*

a. Dimensi *altruistic*

b. Dimensi *egoistic*

c. Dimensi *biospheric*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.674	3

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.807	2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.723	2

#### 2. Variabel *Health Consciousness*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.712	5

#### 3. Variabel *Consumer Innovativeness*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.822	5

#### 4. Variabel *Consumer Purchase Intention*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.834	5

#### 5. Variabel *Willingness to Pay Premium*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.821	3

## LAMPIRAN 4: *Output Goodness of Fit Indices*

### 1. Variabel *Environmental Concern*

#### CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	22	20.087	13	.093	1.545
Saturated model	35	.000	0		
Independence model	14	340.725	21	.000	16.225

#### Baseline Comparisons

Model	NFI	RFI	IFI	TLI	CFI
	Delta1	rho1	Delta2	rho2	
Default model	.941	.905	.978	.964	.978
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

#### RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.052	.000	.095	.420
Independence model	.277	.251	.303	.000

### 2. Variabel *Health Consciousness*

#### CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	15	3.864	5	.569	.773
Saturated model	20	.000	0		

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Independence model	10	198.677	10	.000	19.868

*Baseline Comparisons*

Model	NFI	RFI	IFI	TLI	CFI
	Delta1	rho1	Delta2	rho2	
Default model	.981	.961	1.006	1.012	1.000
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

**RMSEA**

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.000	.000	.086	.782
Independence model	.308	.271	.346	.000

**3. Variabel Consumer Innovativeness**

**CMIN**

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	8	.122	1	.726	.122
Saturated model	9	.000	0		
Independence model	6	132.627	3	.000	44.209

*Baseline Comparisons*

Model	NFI	RFI	IFI	TLI	CFI
	Delta1	rho1	Delta2	rho2	
Default model	.999	.997	1.007	1.020	1.000
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

## RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.000	.000	.133	.784
Independence model	.466	.400	.535	.000

**4. Variabel Consumer Purchase Intention**

## CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	12	2.200	2	.333	1.100
Saturated model	14	.000	0		
Independence model	8	242.303	6	.000	40.384

*Baseline Comparisons*

Model	NFI	RFI	IFI	TLI	CFI
	Delta1	rho1	Delta2	rho2	
Default model	.991	.973	.999	.997	.999
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

## RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.022	.000	.144	.495
Independence model	.445	.398	.494	.000

**5. Variabel Willingness to Pay Premium**

## CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	8	1.894	1	.169	1.894
Saturated model	9	.000	0		
Independence model	6	262.161	3	.000	87.387

*Baseline Comparisons*

Model	NFI	RFI	IFI	TLI	CFI
	Delta1	rho1	Delta2	rho2	
Default model	.993	.978	.997	.990	.997
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

## RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.067	.000	.214	.270
Independence model	.659	.593	.728	.000

### 6. Full Model

#### CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	79	280.608	196	.000	1.432
Saturated model	275	.000	0		
Independence model	44	1601.661	231	.000	6.934

#### Baseline Comparisons

Model	NFI	RFI	IFI	TLI	CFI
	Delta1	rho1	Delta2	rho2	
Default model	.825	.794	.940	.927	.938
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

#### RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.047	.034	.058	.669
Independence model	.173	.165	.181	.000

### 7. Fit Model

#### CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	71	163.618	138	.067	1.186
Saturated model	209	.000	0		
Independence model	38	1273.810	171	.000	7.449



*Baseline Comparisons*

Model	NFI	RFI	IFI	TLI	CFI
	Delta1	rho1	Delta2	rho2	
Default model	.872	.841	.977	.971	.977
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

*RMSEA*

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.031	.000	.047	.973
Independence model	.180	.171	.189	.000

*Regression Weights: (Group number 1 - Default model)*

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
CPI <--- EC	.798	.307	2.600	.009	
CPI <--- HC	.343	.165	2.082	.037	
CPI <--- CI	.316	.076	4.159	***	
WTP <--- EC	.108	.316	.341	.733	
WTP <--- HC	.062	.178	.350	.726	
WTP <--- CI	.314	.100	3.134	.002	
WTP <--- CPI	.338	.150	2.260	.024	
F1 <--- EC	1.000				
F2 <--- EC	.713	.377	1.894	.058	
F3 <--- EC	1.114	.358	3.107	.002	

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
HC1 <--- HC	1.401	.257	5.444	***	
HC2 <--- HC	1.219	.224	5.449	***	
CPI3 <--- CPI	1.000				
CPI4 <--- CPI	.729	.074	9.873	***	
CPI1 <--- CPI	.727	.089	8.162	***	
WTP2 <--- WTP	1.000				
WTP1 <--- WTP	.662	.098	6.766	***	
EC4 <--- F1	1.000				
EC1 <--- F2	1.000				
EC2 <--- F2	.855	.244	3.503	***	
EC7 <--- F3	1.000				
EC6 <--- F3	1.076	.216	4.988	***	
EC5 <--- F1	.838	.129	6.500	***	
EC3 <--- F1	1.245	.199	6.256	***	
CI2 <--- CI	1.019	.133	7.649	***	
CI3 <--- CI	1.000				
CI5 <--- CI	.998	.135	7.394	***	
CPI5 <--- CPI	.834	.091	9.174	***	
HC5 <--- HC	1.000				

\

*Standardized Total Effects (Group number 1 - Default model)*

	HC	EC	CI	CPI	F3	F2	F1	WTP
CPI	.228	.372	.377	.000	.000	.000	.000	.000
F3	.000	.534	.000	.000	.000	.000	.000	.000
F2	.000	.220	.000	.000	.000	.000	.000	.000
F1	.000	.796	.000	.000	.000	.000	.000	.000
WTP	.092	.137	.390	.262	.000	.000	.000	.000
HC5	.474	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CPI5	.153	.250	.253	.671	.000	.000	.000	.000
EC3	.000	.501	.000	.000	.000	.000	.630	.000
CI5	.000	.000	.652	.000	.000	.000	.000	.000
EC5	.000	.580	.000	.000	.000	.000	.728	.000
CI2	.000	.000	.694	.000	.000	.000	.000	.000
CI3	.000	.000	.752	.000	.000	.000	.000	.000
EC6	.000	.411	.000	.000	.769	.000	.000	.000
EC7	.000	.393	.000	.000	.736	.000	.000	.000
EC2	.000	.167	.000	.000	.000	.760	.000	.000
EC1	.000	.196	.000	.000	.000	.891	.000	.000
EC4	.000	.501	.000	.000	.000	.000	.629	.000
WTP1	.064	.096	.272	.183	.000	.000	.000	.699
WTP2	.095	.141	.403	.271	.000	.000	.000	1.034
CPI1	.137	.224	.227	.602	.000	.000	.000	.000

	HC	EC	CI	CPI	F3	F2	F1	WTP
CPI4	.164	.269	.272	.722	.000	.000	.000	.000
CPI3	.187	.305	.309	.819	.000	.000	.000	.000
HC2	.730	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
HC1	.752	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000

*Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)*

	HC	EC	CI	CPI	F3	F2	F1	WTP
CPI	.228	.372	.377	.000	.000	.000	.000	.000
F3	.000	.534	.000	.000	.000	.000	.000	.000
F2	.000	.220	.000	.000	.000	.000	.000	.000
F1	.000	.796	.000	.000	.000	.000	.000	.000
WTP	.032	.039	.291	.262	.000	.000	.000	.000
HC5	.474	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CPI5	.000	.000	.000	.671	.000	.000	.000	.000
EC3	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.630	.000
CI5	.000	.000	.652	.000	.000	.000	.000	.000
EC5	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.728	.000
CI2	.000	.000	.694	.000	.000	.000	.000	.000
CI3	.000	.000	.752	.000	.000	.000	.000	.000
EC6	.000	.000	.000	.000	.769	.000	.000	.000
EC7	.000	.000	.000	.000	.736	.000	.000	.000
EC2	.000	.000	.000	.000	.000	.760	.000	.000





## LAMPIRAN 5: Window Awal Aplikasi SPSS 24 dan AMOS 24

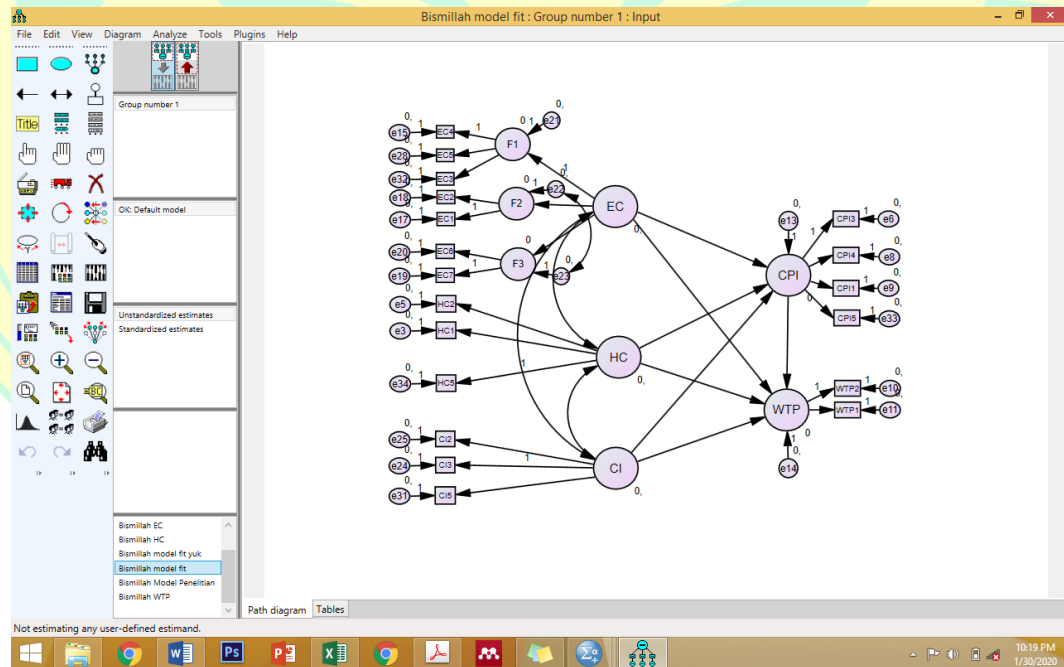
### SPSS versi 24

Untitled2 [DataSet2] - IBM SPSS Statistics Data Editor

Visible: 25 of 25 Variables

	EC1	EC2	EC3	EC4	EC5	EC6	EC7	HC1	HC2	HC3	HC4	HC5	CI1	CI2
1	2	3	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	4	4
2	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	3	4	5
3	3	3	4	4	5	5	5	4	3	3	4	2	3	2
4	3	3	4	5	5	5	5	4	4	4	3	3	4	3
5	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4
6	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	6	5
7	2	3	4	4	5	4	3	5	5	5	3	5	4	3
8	4	3	5	5	5	5	5	4	4	5	2	4	3	1
9	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
10	5	4	5	5	5	2	3	5	5	5	3	5	3	3
11	4	2	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	3
12	5	5	5	5	5	3	3	4	5	3	3	3	1	1
13	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4
14	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	3	3
16	3	2	5	5	5	4	4	4	4	5	2	4	2	2
17	5	4	5	5	5	5	5	5	5	2	4	4	4	4
18	4	4	5	5	5	3	4	4	4	5	2	4	4	2
19	3	3	5	5	5	5	4	2	2	4	1	3	4	2
20	1	1	5	5	5	5	5	3	3	3	2	3	2	2
21	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	5	3	3
22	3	4	2	5	5	4	5	3	4	4	3	4	2	2
23	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
24	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4
25	5	5	5	5	5	2	2	5	4	5	4	4	2	5

### AMOS versi 24





## RIWAYAT HIDUP PENULIS



Aina Zatil Aqmar, lahir di Bogor, 10 September 1997.

Penulis merupakan anak pertama dari Bapak Jaelani dan Ibu Maryamah. Saat ini penulis berdomisili di Limo, Depok. Mengawali pendidikan di SD Lazuardi GIS dan lulus pada tahun 2010, kemudian di tahun yang sama melanjutkan pendidikan di SMP Lazuardi GIS dan lulus pada tahun 2013. Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan di SMK Lazuardi GIS mengambil jurusan tata boga dan lulus pada tahun 2016. Melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN) tahun 2016 penulis diterima menjadi mahasiswi di Universitas Negeri Jakarta, Fakultas Ekonomi, Jurusan S1 Manajemen.

Selama masa kuliah, Penulis mengikuti organisasi Badan perwakilan Mahasiswa Fakultas Ekonomi (BPM FE) selama tiga periode. Periode pertama menjadi anggota Badan Pengaderan, periode kedua menjadi anggota Badan Aspirasi dan Media, dan di periode ketiga menjadi ketua Badan Aspirasi dan Media. Penulis memiliki pengalaman Praktik Kerja Lapangan di PT Asia Kulinari Indonesia tahun 2019.