

A. Responden

Apakah Anda aktif menggunakan media sosial (misalnya Instagram, TikTok, YouTube, atau lainnya)?
☐ Ya ☐ Tidak
Apakah Anda menilai diri Anda memiliki kepedulian terhadap isu lingkungan dan keberlanjutan (misalnya perubahan iklim, polusi, penggunaan plastik, atau keberlanjutan)?
☐ Ya ☐ Tidak
Apakah Anda mengetahui produk ramah lingkungan?
☐ Ya ☐ Tidak
Apakah Anda pernah melihat influencer menawarkan atau mempromosikan produk ramah lingkungan di media sosial?
☐ Ya ☐ Tidak
Apakah Anda pernah melihat ulasan, testimoni, atau postingan (user-generated content) tentang produk ramah lingkungan di media sosial?
☐ Ya ☐ Tidak
Apakah Anda mengetahui bahwa pada kemasan produk ramah lingkungan terdapat eco-label perception (persepsi label ramah lingkungan)?
☐ Ya ☐ Tidak

B. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin

- ☐ Laki-Laki
- ☐ Perempuan

2. Usia

- ☐ 13-17 Tahun

- 18-22 Tahun
- 23-28 Tahun

3. Pendidikan Terakhir

- SMA/SMK sederajat
- Diploma (D1/D2/D3)
- S1
- S2

4. Aktivitas di Media Sosial

- Lebih dari 5 jam per hari
- 3-5 jam per hari
- 1-3 jam per hari
- 1 - <1 jam per hari
- Tidak menggunakan media sosial sama sekali

Dalam penelitian ini, responden akan diminta memberikan penilaian terhadap setiap pertanyaan dengan pilihan:

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

Pemahaman Masalah Lingkungan

No	Pertanyaan	Skor				
		1	2	3	4	5
1	Saya khawatir tentang keadaan lingkungan dunia saat ini.					
2	Tindakan manusia mengganggu alam akan menyebabkan konsekuensi serius bagi bumi.					

3	Keseimbangan alam sangatlah rapuh dan mudah terganggu.					
4	Pembangunan modern mengancam lingkungan.					
5	Dampak polusi terhadap kesehatan Masyarakat lebih buruk daripada yang kita sadari.					

Influencer

No	Pertanyaan	Skor				
		1	2	3	4	5
1	<i>Influencer</i> yang saya ikuti mengingatkan saya pada seseorang yang kompeten dan tau apa yang dia lakukan.					
2	<i>Influencer</i> yang saya ikuti memiliki kemampuan untuk menepati apa yang mereka janjikan.					
3	<i>Influencer</i> yang saya ikuti dapat dipercaya.					
4	<i>Influencer</i> yang saya ikuti tidak berpura-pura menjadi sesuatu yang bukan diri mereka.					
5	<i>Influencer</i> yang memiliki keahlian akan lebih dihargai.					
6	Merek yang didukung oleh <i>influencer</i> lebih dapat dipercaya.					

Eco-label Perception

No	Pertanyaan	Skor				
		1	2	3	4	5
1	Produk yang didukung oleh <i>eco-label perception</i> dapat dipercaya.					
2	Produk yang didukung oleh <i>eco-label perception</i> mematuhi standar kualitas lingkungan.					
3	<i>Eco-label perception</i> adalah sumber informasi yang andal mengenai produk yang memperhatikan lingkungan.					
4	Sebagian besar informasi yang disampaikan <i>eco-label perception</i> mengenai produk adalah benar.					
5	<i>Eco-label perception</i> menginformasikan konsumen tentang suatu produk yang aman terhadap lingkungan.					
6	Saya membeli produk, saya akan mencari logo atau label yang menunjukkan kepedulian lingkungan					

User-Generated Content

No	Pertanyaan	Skor				
		1	2	3	4	5
1	Saya lebih percaya komentar atau ulasan pengguna tentang suatu produk dibandingkan informasi yang disediakan oleh perusahaan.					
2	Saya percaya komentar atau ulasan pengguna memberikan informasi produk yang akurat.					
3	Saya mempercayai ulasan dari teman atau orang yang saya ikuti di situs jejaring sosial.					

Niat Beli Hijau

No	Pertanyaan	Skor				
		1	2	3	4	5
1	Saya akan memilih untuk membeli produk ramah lingkungan.					
2	Saya berniat membeli produk hijau di masa mendatang karena kontribusi positifnya terhadap lingkungan.					
3	Saya akan membeli produk hijau walaupun harganya lebih mahal daripada produk non-hijau.					
4	Saya sering membeli produk yang menggunakan kemasan yang memiliki <i>eco-label perception</i> .					

LAMPIRAN II : GOOGLE FORM

PENGARUH MASALAH LINGKUNGAN, INFLUENCER, ECO-LABEL, DAN USER-GENERATED CONTENT TERHADAP NIAT BELI HIJAU

Perkenalkan saya **Maria Cempaka Putri Wijayanto**, saat ini saya sedang melakukan penelitian terkait dengan niat beli hijau. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana faktor-faktor seperti kepedulian terhadap masalah lingkungan, pengaruh influencer, keberadaan eco-label, serta user-generated content dapat memengaruhi niat beli produk ramah lingkungan pada Generasi Z. Kuesioner ini digunakan untuk menjawab tujuan tersebut. Seluruh informasi yang diberikan akan dijaga kerahasiannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Saya berterima kasih atas waktu dan kesediaan Anda untuk berpartisipasi, dan pengisian kuesioner ini diperkirakan hanya memerlukan waktu sekitar 5-7 menit.

Jika terdapat pertanyaan lebih lanjut mengenai penelitian ini, Anda dapat menghubungi saya melalui email: mariacempaka01@gmail.com

Atas kesediaan Anda, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Hormat Saya

Maria Cempaka Putri Wijayanto

Berikutnya Kosongkan formulir

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google - Hubungi pemilik formulir - Persyaratan Layanan - Kebijakan Privasi

Apakah formulir ini tampak mencurigakan? Laporkan

Google Formulir

PENGARUH MASALAH LINGKUNGAN, INFLUENCER, ECO-LABEL, DAN USER-GENERATED CONTENT TERHADAP NIAT BELI HIJAU

* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

Filter Responden

Apakah Anda aktif menggunakan media sosial (misalnya Instagram, TikTok, YouTube, atau lainnya)? *

☐ Ya

☐ Tidak

Apakah Anda menilai diri Anda memiliki kepedulian terhadap isu lingkungan dan keberlanjutan (misalnya perubahan iklim, polusi, penggunaan plastik, atau keberlanjutan)? *

☐ Ya

☐ Tidak

Apakah Anda mengetahui produk ramah lingkungan? *

☐ Ya

☐ Tidak

Apakah Anda pernah melihat influencer menawarkan atau mempromosikan produk ramah lingkungan di media sosial? *

☐ Ya

☐ Tidak

Apakah Anda pernah melihat ulasan, testimoni, atau postingan (user-generated content) tentang produk ramah lingkungan di media sosial? *

☐ Ya

☐ Tidak

Apakah Anda mengetahui bahwa pada kemasan produk ramah lingkungan terdapat eco-label (label ramah lingkungan)? *

☐ Ya

☐ Tidak

Kembali Berikutnya Kosongkan formulir

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google - Hubungi pemilik formulir - Persyaratan Layanan - Kebijakan Privasi

Apakah formulir ini tampak mencurigakan? Laporkan

Google Formulir

Identitas Responden

Jenis Kelamin *

☐ Laki-laki

☐ Perempuan

Usia *

☐ 13-17 Tahun

☐ 18-22 Tahun

☐ 23-28 tahun

Pendidikan Terakhir *

☐ SMA/SMK sederajat

☐ Diploma (D1/D2/D3)

☐ S1

☐ S2

☐ S3

Waktu yang dihabiskan untuk menggunakan media sosial *

☐ Lebih dari 5 jam per hari

☐ 3-5 jam per hari

☐ 1-3 jam per hari

☐ 1 - < 1 jam per hari

☐ Tidak menggunakan media sosial sama sekali

PENGARUH MASALAH LINGKUNGAN, INFLUENCER, ECO-LABEL, DAN USER-GENERATED CONTENT TERHADAP NIAT BELI HIJAU

Pernyataan Terkait Variabel

1. Bacalah setiap pernyataan dengan teliti.
2. Jawaban diberikan dengan cara memberi tanda pada salah satu angka di kolom jawaban, sesuai dengan tingkat kesetujuan Anda terhadap pernyataan

Skala Penelitian :

1 = Sangat Tidak Setuju
2 = Tidak Setuju
3 = Netral
4 = Setuju
5 = Sangat Setuju

Kembali Berikunya Kosongkan formulir

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. - [Hubungi pemilik formulir](#) - [Pernyataan Privasi](#) - [Kebijakan](#)

Apakah formulir ini tampak menipu? [Laporkan](#)

Google Formulir

Masalah Lingkungan

Sedikit
atau Masyarakat menyadari masalah-masalah yang berkaitan dengan lingkungan dan membutuhkan upaya pemenuhan, dan akan memajukan kesetiaan untuk berkontribusi secara pribadi terhadap solusi.

Saya khawatir tentang keadaan lingkungan dunia saat ini. *

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Tindakan manusia mengganggu alam akan menyebabkan konsekuensi serius bagi bumi. *

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Keseimbangan alam sangatlah rapuh dan mudah terganggu. *

1 2 3 4 5
☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Pembangunan modern mengancam lingkungan. *

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Dampak positif terhadap kesadaran Masyarakat lebih buruk daripada yang kita sadari. *

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Kembali Berikunya Kosongkan formulir

Influencer

Pemimpin opini di platform media sosial yang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi individu lain.

Influencer yang saya ikuti mengingatkan saya pada seseorang yang kompeten dan paham apa yang dia lakukan. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Influencer yang saya ikuti memiliki kemampuan untuk menepati apa yang mereka janjikan. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Influencer yang saya ikuti dapat dipercaya. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Influencer yang saya ikuti tidak berpura-pura menjadi sesuatu yang bukan diri mereka. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Influencer yang memiliki keahlian akan lebih dihargai. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Merek yang didukung oleh influencer lebih dapat dipercaya. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Kembali

Berikutnya

Kesongkalan formulir

Eco-Label

Klaim produk untuk menyediakan informasi yang kredibel dan mudah diakses kepada konsumen mengenai atribut lingkungan dari suatu produk.

Produk yang didukung oleh eco-label dapat dipercaya. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Produk yang didukung oleh eco-label mematuhi standar kualitas lingkungan. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Eco-label adalah sumber informasi yang andal mengenai produk yang memperhatikan lingkungan. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Sebagian besar informasi yang disampaikan eco-label mengenai produk adalah benar. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Eco-label menginformasikan konsumen tentang suatu produk yang aman terhadap lingkungan. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saat membeli produk, saya akan mencari logo atau label yang menunjukkan kepedulian lingkungan. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Kembali

Berikutnya

Kesongkalan formulir

User-Generated Content

Merupakan opini, pengalaman, saran, dan komentar tentang produk, merek, perusahaan, dan layanan yang biasanya berdasarkan pengalaman pribadi yang ada dalam postingan yang dibuat konsumen di papan diskusi internet, forum, newsgroup Usenet, dan blog.

Saya lebih percaya komentar atau ulasan pengguna tentang suatu produk dibandingkan informasi yang disediakan oleh perusahaan. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya percaya komentar atau ulasan pengguna memberikan informasi produk yang akurat. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya mempercayai ulasan dari teman atau orang yang saya ikuti di situs jejaring sosial. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

[Kembali](#) [Berikutnya](#) [Kosongkan formulir](#)

Niat Beli Hijau

Kecenderungan seorang pembeli untuk membeli produk tertentu berdasarkan kebutuhan lingkungan.

Saya akan memilih untuk membeli produk ramah lingkungan. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya berniat membeli produk hijau di masa mendatang karena kontribusi positifnya terhadap lingkungan. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya akan membeli produk hijau walaupun harganya lebih mahal daripada produk non-hijau. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya akan membeli produk yang menggunakan kemasan yang memiliki eco-label. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

[Kembali](#) [Berikutnya](#) [Kosongkan formulir](#)

PENGARUH MASALAH LINGKUNGAN, INFLUENCER, ECO-LABEL, DAN USER-GENERATED CONTENT TERHADAP NIAT BELI HIJAU

Terima kasih atas partisipasi dan waktu yang telah Anda luangkan untuk mengisi kuesioner ini. Masukan dan jawaban Anda sangat berharga bagi keberhasilan penelitian ini.

Hormat Saya
Melia Cempaka Putri Wijayanto

[Kembali](#) [Kirim](#) [Kosongkan formulir](#)

LAMPIRAN III : DATA EXCEL

[illegible][illegible]

LAMPIRAN IV : SmartPLS







