

Lampiran 1

Kuesioner

PENGARUH KUALITAS PRODUK 'HIJAU' (RAMAH LINGKUNGAN) DAN CITRA MEREK 'HIJAU' (RAMAH LINGKUNGAN) TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN, NILAI EKUITAS MEREK, DAN KEPERCAYAAN PADA PRODUK THE BODY SHOP DI SURABAYA

Saya, mahasiswa dari Universitas Pelita Harapan Surabaya program Magister Manajemen sedang melakukan penelitian untuk keperluan tugas akhir, memohon kesediaan saudara/saudari untuk mengisi kuesioner di bawah ini dengan sejujur-jujurnya. Terima kasih atas waktu dan kerja samanya.

Profil Responden

Petunjuk: Pada pernyataan-pernyataan berikut ini, pilihlah pertanyaan yang sesuai dan beri tanda (X) pada jawaban anda

1. Jenis kelamin:
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan

2. Pendidikan terakhir:
 - a. SMP atau sederajat
 - b. SMA atau sederajat ke atas
 - c. Akademi (Diploma)
 - d. Sarjana S1 atau Sarjana S1

3. Usia anda saat ini
 - a. 18-23 tahun
 - b. 24-30 tahun
 - c. 31-40 tahun
 - d. di atas 40 tahun

4. Apakah anda berdomisili di Surabaya?
 - a. Ya
 - b. Tidak

5. Apakah anda pernah membeli dan menggunakan produk The Body Shop?
 - a. Ya
 - b. Tidak

Petunjuk: Berikan penilaian anda terhadap evaluasi dan keyakinan anda terhadap pertanyaan berikut dengan memberikan tanda silang (x) pada angka yang telah disediakan sesuai dengan kategori jawaban anda

- 1. Sangat Tidak Setuju = STS 2. Tidak Setuju = TS 3. Cenderung Setuju = CS
4. Setuju = S 5. Sangat Setuju = SS**

No	PERNYATAAN	STS	TS	CS	S	SS
Kualitas Produk 'Hijau' (Ramah Lingkungan) (X₁)						
X_{1.1}	Sesuai standar produk ramah lingkungan					
1.	Produk The Body Shop terbuat dari bahan alami.					
2.	Produk The Body Shop menggunakan bahan yang ramah lingkungan.					
3.	Pembuatan produk The Body Shop tidak membahayakan lingkungan.					
X_{1.2}	Hemat energi					
1.	The Body Shop selalu menciptakan produk yang mendukung pemakainya untuk tidak melakukan pemborosan energi yang berlebihan					
2.	Mengonsumsi produk The Body Shop hanya membutuhkan air yang tidak berlebihan (hemat energi air), seperti sabun mudah dibilas dan mudah berbusa walaupun dengan air yang sedikit.					
3.	Mengonsumsi produk The Body Shop hanya membutuhkan energi (energi dari listrik) yang sedikit (hemat energi listrik).					
X_{1.3}	Mudah didaur ulang					
1.	Kemasan produk The Body Shop (seperti botol, plastik, tas belanja) mudah didaur ulang.					
2.	Kemasan produk The Body Shop (seperti tas belanja, botol) dapat digunakan lagi.					
3.	Sisa produk The Body Shop (seperti busa sabun, sisa produk lainnya) tidak membahayakan lingkungan.					
Citra Merek 'Hijau' (Ramah Lingkungan) (X₂)						
X_{2.1}	Reputasi baik pada lingkungan					
1.	The Body Shop mempunyai reputasi yang baik dalam kepedulian terhadap lingkungan di mata masyarakat umum.					
2.	The Body Shop dapat menjadi tolak ukur perusahaan lainnya yang peduli pada lingkungan.					
3.	The Body Shop mempunyai kemampuan yang cukup untuk memenuhi keinginan konsumen dalam kontribusi menjaga lingkungan sehingga tercipta reputasi baik di mata konsumen.					

No	PERNYATAAN	STS	TS	CS	S	SS
X2.2	Komitmen kuat pada lingkungan					
1.	The Body Shop menjunjung tinggi nilai <i>Protect Our Planet</i> atau motivasi untuk menjaga bumi yang mencerminkan komitmen yang kuat untuk menjaga lingkungan alam.					
2.	The Body Shop menjunjung tinggi nilai <i>Againts Animal Testing</i> atau motivasi untuk tidak menggunakan fauna sebagai tes percobaan yang mencerminkan komitmen yang kuat untuk menjaga lingkungan hidup.					
3.	The Body Shop kredibilitas tinggi dalam menjaga lingkungan tercermin pada komitmennya untuk ramah lingkungan pada tempat kerja (outlet ataupun kantor pusat).					
X2.3	Tanggung jawab pada lingkungan					
1.	The Body Shop ikut berpartisipasi dalam kampanye-kampanye kepedulian lingkungan dapat mencerminkan The Body Shop bertanggung jawab pada lingkungan.					
2.	The Body Shop mengajak konsumen ikut berpartisipasi menjaga lingkungan dengan mengadakan program ramah lingkungan (seperti pengembalian botol bekas) dapat mencerminkan bahwa The Body Shop bertanggung jawab pada lingkungan.					
3.	The Body Shop mempunyai kinerja yang bagus dalam menciptakan inovasi produk ramah lingkungan dapat mencerminkan The Body Shop bertanggung jawab pada lingkungan.					
Kepuasan Konsumen 'Hijau' (Ramah Lingkungan) (Y1)						
Y1.1	Kepuasan konsumen					
1.	Saya puas karena membeli produk The Body Shop yang ramah lingkungan.					
2.	Saya puas memakai produk The Body Shop yang ramah lingkungan.					
3.	Saya puas telah menjadi warga The Body Shop yang ramah lingkungan.					
Y1.2	Kesenangan konsumen setelah melakukan hal benar					
1.	Saya senang telah melakukan hal yang benar pada lingkungan dengan menggunakan produk The Body Shop.					
2.	Saya senang karena membeli merek yang benar-benar menjaga lingkungan alam melalui program <i>Protect Our Planet</i> .					
3.	Saya senang karena membeli merek benar-benar menjaga lingkungan hidup (fauna) di sekitar melalui program <i>Againts Animal Testing</i> .					

No	PERNYATAAN	STS	TS	CS	S	SS
Y1.3	Keinginan berkontribusi pada lingkungan terpenuhi					
1.	Keinginan saya ikut berkontribusi pada lingkungan terpenuhi dengan menggunakan produk The Body Shop.					
2.	Saya merasa ikut melestarikan lingkungan alam sekitar dengan menggunakan produk The Body Shop.					
3.	Saya merasa ikut berkontribusi dalam perkembangan lingkungan hidup yang berkesinambungan dengan menggunakan produk The Body Shop.					
Nilai Ekuitas Merek 'Hijau' (Ramah Lingkungan) (Y₂)						
Y2.1	Pemilihan The Body Shop karena komitmennya pada lingkungan					
1.	Saya memilih The Body Shop daripada merek sejenis karena komitmennya dalam menjaga lingkungan alam (bumi).					
2.	Saya memilih The Body Shop daripada merek sejenis karena komitmennya dalam melestarikan lingkungan hidup (fauna, flora).					
3.	Saya memilih The Body Shop daripada merek sejenis karena komitmennya yang ramah lingkungan di tempat kerja (pada outlet ataupun kantor pusat).					
Y2.2	Pemilihan The Body Shop daripada lainnya yang kinerjanya sebanding					
1.	Saya memilih The Body Shop daripada merek lain meskipun merek lainnya juga menghasilkan kinerja yang ramah lingkungan dalam melayani pelanggan.					
2.	Saya memilih The Body Shop daripada merek lain meskipun merek lainnya juga menghasilkan nilai manfaat yang sesuai dengan harganya.					
3.	Saya memilih The Body Shop daripada merek lain meskipun merek lainnya juga mempunyai konsep jual yang ramah lingkungan.					
Y2.3	Pemilihan The Body Shop daripada lainnya yang fituranya sebanding					
1.	Saya memilih The Body Shop daripada merek lain meskipun merek lainnya juga terbuat dari bahan alami yang hampir sama.					
2.	Saya memilih The Body Shop daripada merek lain meskipun merek lainnya mempunyai kemasan (botol, tas belanja) yang ramah lingkungan.					
3.	Saya memilih The Body Shop daripada merek lain meskipun merek lainnya juga telah teruji klinis tidak berbahaya bagi kulit.					
Kepercayaan Konsumen 'Hijau' (Ramah Lingkungan) (Y₃)						
Y3.1	Kepercayaan komitmen					
1.	Saya percaya pada komitmen The Body Shop yaitu <i>Protect Our Planet</i> atau motivasi untuk menjaga bumi.					
2.	Saya percaya pada komitmen The Body Shop yaitu <i>Against Animal Testing</i> atau motivasi untuk tidak menggunakan fauna sebagai tes percobaan (melestarikan fauna).					

No	PERNYATAAN	STS	TS	CS	S	SS
3.	Saya percaya pada kredibilitas The Body Shop yang berkomitmen untuk ramah lingkungan di lingkungan kerja (pada outlet ataupun kantor pusat).					
Y3.2	Keyakinan penepatan janji					
1.	Saya yakin The Body Shop telah membuktikan keseriusannya dalam menjaga lingkungan.					
2.	Saya yakin The Body Shop benar benar membuktikan janjinya untuk berpartisipasi menjaga lingkungan alam.					
3.	Saya yakin The Body Shop benar-benar menepati janjinya untuk melestarikan lingkungan hidup di sekitar.					
Y3.3	Kepercayaan produk ramah lingkungan					
1.	Saya percaya bahwa produk The Body Shop terbuat dari bahan alami bukan senyawa kimia yang berbahaya.					
2.	Saya percaya bahwa produk The Body Shop telah teruji klinis dermatologis tidak merusak kulit.					
3.	Saya percaya bahwa produk The Body Shop mempunyai kemasan produk benar-benar ramah lingkungan.					
Loyalitas Konsumen (Y4)						
Y4.1	Pengulangan pembelian					
1.	Saya akan membeli produk-produk The Body Shop lagi.					
Y4.2	Penggunaan produk selanjutnya					
1.	Saya akan menggunakan produk-prdoduk The Body Shop lagi.					
Y4.3	Rekomendasi pada orang lain					
1.	Saya akan merekomendasikan produk-produk The Body Shop pada orang lain di sekitar saya.					
Y4.4	Menjadikan pilihan pertama					
1.	Jika saya ingin melakukan pembelian produk kecantikan dan perawatan tubuh, saya tetap mengingat The Body Shop sebagai pilihan pertama saya.					
Y4.5	Lebih loyal					
1.	Meskipun ada perubahan harga di masa yang akan datang, saya tetap menggunakan produk The Body Shop (menjadi semakin loyal).					
Y4.6	Komitmen tetap menggunakan produk					
1.	Saya mempunyai komitmen untuk tetap menggunakan produk The Body Shop dalam jangka waktu yang panjang.					

Saran dan kritik untuk The Body Shop (terutama untuk outlet di Surabaya)

Terima kasih

Lampiran 2

Hasil Jawaban Kuesioner Responden

No	Jenis Kelamin	Pendidikan	Usia	Domisili di Surabaya	Membeli dan memakai produk The Body Shop
1	b	d	b	a	a
2	b	b	a	a	a
3	b	b	a	a	a
4	b	b	a	a	a
5	b	b	a	a	a
6	b	b	a	a	a
7	b	b	a	a	a
8	b	b	a	a	a
9	b	d	a	a	a
10	b	d	b	a	a
11	b	d	a	a	a
12	b	b	a	a	a
13	b	b	a	a	a
14	b	b	a	a	a
15	b	d	b	a	a
16	b	d	c	a	a
17	b	d	b	a	a
18	b	d	a	a	a
19	b	d	a	a	a
20	b	d	b	a	a
21	b	b	a	a	a
22	a	d	b	a	a
23	b	d	b	a	a
24	b	d	b	a	a
25	a	d	b	c	a
26	b	d	b	a	a
27	a	b	a	a	a
28	a	d	b	a	a
29	a	d	b	a	a
30	a	b	b	a	a

No	Jenis Kelamin	Pendidikan	Usia	Domisili di Surabaya	Membeli dan memakai produk The Body Shop
31	b	d	b	a	a
32	b	b	a	a	a
33	b	b	a	a	a
34	b	d	b	a	a
35	b	b	a	a	a
36	b	b	a	a	a
37	a	b	a	a	a
38	b	c	a	a	a
39	b	d	b	a	a
40	a	d	b	a	a
41	b	b	a	a	a
42	b	b	a	a	a
43	b	d	b	a	a
44	a	d	b	a	a
45	a	d	a	a	a
46	b	b	a	a	a
47	b	b	b	a	a
48	b	c	b	a	a
49	b	d	b	a	a
50	b	d	b	a	a
51	a	d	b	a	a
52	a	d	b	a	a
53	b	d	a	a	a
54	b	d	a	a	a
55	a	d	c	a	a
56	b	d	b	a	a
57	a	d	b	a	a
58	b	d	b	a	a
59	a	d	b	a	a
60	b	d	b	a	a

No	Jenis Kelamin	Pendidikan	Usia	Domisili di Surabaya	Membeli dan memakai produk The Body Shop
61	a	d	b	a	a
62	a	d	b	a	a
63	b	d	b	a	a
64	b	d	a	a	a
65	a	d	b	a	a
66	a	d	b	a	a
67	a	d	a	a	a
68	a	d	b	a	a
69	a	d	b	a	a
70	b	d	b	a	a
71	a	b	b	a	a
72	b	d	b	a	a
73	b	d	b	a	a
74	b	d	b	a	a
75	b	d	b	a	a
76	b	d	a	a	a
77	b	d	a	a	a
78	b	d	b	a	a
79	b	d	b	a	a
80	b	d	c	a	a
81	b	b	a	a	a
82	a	d	b	a	a
83	b	b	d	a	a
84	b	d	d	a	a
85	b	c	c	a	a
86	b	d	b	a	a
87	b	d	b	a	a
88	b	d	c	a	a
89	b	d	c	a	a
90	a	d	b	a	a
91	b	d	a	a	a
92	b	d	a	a	a
93	b	d	a	a	a

No	Jenis Kelamin	Pendidikan	Usia	Domisili di Surabaya	Membeli dan memakai produk The Body Shop
94	b	d	b	a	a
95	a	d	b	a	a
96	a	d	a	a	a
97	b	d	b	a	a
98	b	d	b	a	a
99	b	d	b	a	a
100	b	d	b	a	a
101	b	b	b	a	a
102	b	b	b	a	a
103	b	a	b	a	a
104	a	b	a	a	a
105	a	b	b	a	a

No	Green Product Quality (GPC) X1												Green Brand Image (GBI) X2												Green Satisfaction (GS) Y1														
	(X1.1)				(X1.2)				(X1.3)				(X2.1)				(X2.2)				(X2.3)				(Y1.1)				(Y1.2)				(Y1.3)						
	1	2	3	Average	1	2	3	Average	1	2	3	Average	1	2	3	Average	1	2	3	Average	1	2	3	Average	1	2	3	Average	1	2	3	Average	1	2	3	Average	1	2	3
75	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4				
76	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3				
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4				
78	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5				
79	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4			
80	4	5	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4	5	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4				
81	5	4	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4			
82	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5			
83	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4			
84	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4			
85	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	5	5	5			
86	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4			
87	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	3	3	4	4	4		
88	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	3	4	3	3	4	3	5	4	5	5	4	4	5	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4		
89	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4		
90	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	3	3	4	3	4	4	4	4	4		
91	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3		
92	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3		
93	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3			
94	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
95	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	5	5	4	5	5		
96	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3		
97	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4		
98	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3		
99	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5		
100	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4		
101	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3		
102	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
103	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4		
104	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	1	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		
105	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	4	3	2	2	2	2	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	

No	Green Brand Equity (GBE) Y2												Green Trust (GT) Y3												Consumer Loyalty (CL) Y4					
	(Y2.1)				(Y2.2)				(Y2.3)				(Y3.1)				(Y3.2)				(Y3.3)				(Y4.1)	(Y4.2)	(Y4.3)	(Y4.4)	(Y4.5)	(Y4.6)
	1	2	3	Average	1	2	3	Average	1	2	3	Average	1	2	3	Average	1	2	3	Average	1	2	3	Average						
1	3	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	2	2	
3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	2	4	4	
4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	
6	3	3	3	3	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	
7	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	
8	5	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	2	
10	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	
11	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4	
12	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	3	3	
14	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5
15	3	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	3	3	3	
17	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	5	3	3	4	3	5	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
19	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
20	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	3	4
21	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3
22	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4
23	4	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4
24	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	2	2	3
25	4	5	4	4	5	5	5	5	4	3	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4
26	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4
27	3	3	3	3	4	4	4	4	2	3	4	3	5	4	3	4	3	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	3	4	5
28	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3
29	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	5	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	2	2
30	2	3	3	3	1	3	3	2	1	2	3	2	5	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	1	1	3
31	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	3	3	3
32	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3
33	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	5	4	3	3
34	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	5	3	3	3
35	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3

No	Green Brand Equity (GBE) Y2												Green Trust (GT) Y3												Consumer Loyalty (CL) Y4							
	(Y2.1)				(Y2.2)				(Y2.3)				(Y3.1)				(Y3.2)				(Y3.3)				(Y4.1)	(Y4.2)	(Y4.3)	(Y4.4)	(Y4.5)	(Y4.6)		
	1	2	3	Average	1	2	3	Average	1	2	3	Average	1	2	3	Average	1	2	3	Average	1	2	3	Average								
71	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5		
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4		
73	5	4	5	5	4	4	5	4	3	3	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5		
74	4	5	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	
75	4	4	5	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	
76	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
78	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
79	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
80	3	4	4	4	5	5	4	5	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	3	5	4	4	4	3	4	4	5	4	
81	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	
82	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	
83	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	3	4	4	
84	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	
85	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
86	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5
87	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	
88	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	5	5	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	
89	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
90	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
91	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
92	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4
93	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	
94	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
95	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
96	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	
97	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	
98	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	
99	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	
100	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
101	3	3	3	3	3	4	4	4	5	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3
102	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2
103	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1
104	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1
105	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2

Lampiran 3

Output SPSS

Frequencies

Jenis Kelamin Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki Laki	29	27.6	27.6	27.6
	Perempuan	76	72.4	72.4	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

Pendidikan Terakhir Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP atau sederajat	1	1.0	1.0	1.0
	SMA atau sederajat	29	27.6	27.6	28.6
	Akademi (Diploma)	3	2.9	2.9	31.4
	Sarjana S1 atau Sarjana S1 ke atas	72	68.6	68.6	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

Usia Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18 - 23 tahun	38	36.2	36.2	36.2
	24 - 30 tahun	58	55.2	55.2	91.4
	31 - 40 tahun	6	5.7	5.7	97.1
	di atas 40 tahun	3	2.9	2.9	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

Responden berdomisili di Surabaya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	105	100.0	100.0	100.0

Responden pernah membeli dan menggunakan produk The Body Shop

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	105	100.0	100.0	100.0

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Produk The Body Shop terbuat dari bahan alami	105	3.8667	.73467
Produk The Body Shop menggunakan bahan yang ramah lingkungan	105	3.9048	.74063
Pembuatan produk The Body Shop tidak membahayakan lingkungan	105	3.8667	.79743
Valid N (listwise)	105		

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
The Body Shop selalu menciptakan produk yang mendukung pemakainya untuk tidak melakukan pemborosan energi yang berlebihan	105	3.6286	.77531
Mengonsumsi produk The Body Shop hanya membutuhkan air yang tidak berlebihan (hemat energi air), seperti sabun mudah dibilas dan mudah berbusa walaupun dengan air yang sedikit.	105	3.6286	.68300
Mengonsumsi produk The Body Shop hanya membutuhkan energi (energi dari listrik) yang sedikit (hemat energi listrik).	105	3.7524	.79398
Valid N (listwise)	105		

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Kemasan produk The Body Shop (seperti botol, plastik, tas belanja) mudah didaur ulang	105	3.9524	.71227
Kemasan produk The Body Shop (seperti tas belanja, botol) dapat digunakan lagi.	105	4.0571	.71829
Sisa produk The Body Shop (seperti busa sabun, sisa produk lainnya) tidak membahayakan lingkungan.	105	3.8190	.84103
Valid N (listwise)	105		

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
The Body Shop mempunyai reputasi yang baik dalam kepedulian terhadap lingkungan di mata masyarakat umum	105	3.9238	.68914
The Body Shop dapat menjadi tolak ukur perusahaan lainnya yang peduli pada lingkungan	105	3.7619	.75350
The Body Shop mempunyai kemampuan yang cukup untuk memenuhi keinginan konsumen dalam kontribusi menjaga lingkungan sehingga tercipta reputasi baik di mata konsumen	105	3.8857	.76352
Valid N (listwise)	105		

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
The Body Shop menjunjung tinggi nilai Protect Our Planet atau motivasi untuk menjaga bumi yang mencerminkan komitmen yang kuat untuk menjaga lingkungan alam	105	3.9810	.78423
The Body Shop menjunjung tinggi nilai Againts Animal Testing atau motivasi untuk tidak menggunakan fauna sebagai tes percobaan yang mencerminkan komitmen yang kuat untuk menjaga lingkungan hidup	105	4.0286	.75265
The Body Shop kredibilitas tinggi dalam menjaga lingkungan tercermin pada komitmennya untuk ramah lingkungan pada tempat kerja (outlet ataupun kantor pusat	105	3.8857	.75082
Valid N (listwise)	105		

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
The Body Shop ikut berpartisipasi dalam kampanye-kampanye kepedulian lingkungan dapat mencerminkan The Body Shop bertanggung jawab pada lingkungan	105	3.9143	.65213
The Body Shop mengajak konsumen ikut berpartisipasi menjaga lingkungan dengan mengadakan program ramah lingkungan (seperti pengembalian botol bekas) dapat mencerminkan bahwa The Body Shop bertanggung jawab pada lingkungan	105	3.9429	.73155
The Body Shop mempunyai kinerja yang bagus dalam menciptakan inovasi produk ramah lingkungan dapat mencerminkan The Body Shop bertanggung jawab pada lingkungan	105	3.9714	.72665
Valid N (listwise)	105		

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Saya puas karena membeli produk The Body Shop yang ramah lingkungan	105	3.8952	.71956
Saya puas memakai produk The Body Shop yang ramah lingkungan	105	3.8762	.72979
Saya puas telah menjadi warga The Body Shop yang ramah lingkungan	105	3.7714	.83502
Valid N (listwise)	105		

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Saya senang telah melakukan hal yang benar pada lingkungan dengan menggunakan produk The Body Shop	105	3.7524	.69033
Saya senang karena membeli merek yang benar-benar menjaga lingkungan alam melalui program Protect Our Planet	105	3.7905	.67504
Saya senang karena membeli merek benar-benar menjaga lingkungan hidup (fauna) di sekitar melalui program Againts Animal Testing	105	3.8000	.73902
Valid N (listwise)	105		

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Keinginan saya ikut berkontribusi pada lingkungan terpenuhi dengan menggunakan produk The Body Shop	105	3.6476	.66479
Saya merasa ikut melestarikan lingkungan alam sekitar dengan menggunakan produk The Body Shop	105	3.7905	.74285
Saya merasa ikut berkontribusi dalam perkembangan lingkungan hidup yang berkesinambungan dengan menggunakan produk The Body Shop	105	3.7619	.70060
Valid N (listwise)	105		

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Saya memilih The Body Shop daripada merek sejenis karena komitmennya dalam menjaga lingkungan alam (bumi)	105	3.7143	.82874
Saya memilih The Body Shop daripada merek sejenis karena komitmennya dalam melestarikan lingkungan hidup (fauna, flora)	105	3.7143	.85163
Saya memilih The Body Shop daripada merek sejenis karena komitmennya yang ramah lingkungan di tempat kerja (pada outlet ataupun kantor pusat).	105	3.6571	.84157
Valid N (listwise)	105		

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Saya memilih The Body Shop daripada merek lain meskipun merek lainnya juga menghasilkan kinerja yang ramah lingkungan dalam melayani pelanggan.	105	3.6857	.83567
Saya memilih The Body Shop daripada merek lain meskipun merek lainnya juga menghasilkan nilai manfaat yang sesuai dengan harganya.	105	3.7333	.83513
Saya memilih The Body Shop daripada merek lain meskipun merek lainnya juga mempunyai konsep jual yang ramah lingkungan.	105	3.7524	.80600
Valid N (listwise)	105		

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Saya memilih The Body Shop daripada merek lain meskipun merek lainnya juga terbuat dari bahan alami yang hampir sama.	105	3.6571	.80657
Saya memilih The Body Shop daripada merek lain meskipun merek lainnya mempunyai kemasan (botol, tas belanja) yang ramah lingkungan.	105	3.6000	.79178
Saya memilih The Body Shop daripada merek lain meskipun merek lainnya juga telah teruji klinis tidak berbahaya bagi kulit	105	3.6857	.78831
Valid N (listwise)	105		

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Saya percaya pada komitmen The Body Shop yaitu Protect Our Planet atau motivasi untuk menjaga bumi.	105	4.0762	.75569
Saya percaya pada komitmen The Body Shop yaitu Againts Animal Testing atau motivasi untuk tidak menggunakan fauna sebagai tes percobaan (melestarikan fauna).	105	4.0190	.74654
Saya percaya pada kredibilitas The Body Shop yang berkomitmen untuk ramah lingkungan di lingkungan kerja (pada outlet ataupun kantor pusat).	105	3.9238	.71650
Valid N (listwise)	105		

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Saya yakin The Body Shop telah membuktikan keseriusannya dalam menjaga lingkungan.	105	3.9524	.76436
Saya yakin The Body Shop benar benar membuktikan janjinya untuk berpartisipasi menjaga lingkungan alam	105	3.9905	.77825
Saya yakin The Body Shop benar-benar menepati janjinya untuk melestarikan lingkungan hidup di sekitar	105	3.9143	.76100
Valid N (listwise)	105		

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Saya percaya bahwa produk The Body Shop terbuat dari bahan alami bukan senyawa kimia yang berbahaya.	105	3.9238	.80498
Saya percaya bahwa produk The Body Shop telah teruji klinis dermatologis tidak merusak kulit	105	3.9905	.74026
Saya percaya bahwa produk The Body Shop mempunyai kemasan produk benar-benar ramah lingkungan	105	3.8857	.83567
Valid N (listwise)	105		

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Pengulangan pembelian produk The Body Shop	105	4.1619	.77365
Penggunaan produk The Body Shop untuk selanjutnya	105	4.1048	.79571
Rekomendasi produk The Body Shop pada orang lain	105	3.9048	.83808
Menjadikan The Body Shop sebagai pilihan pertama jika melakukan pembelian produk kecantikan dan perawatan tubuh lagi	105	3.6000	.89443
Menjadi lebih loyal pada The Body Shop atau mau membayar lebih jika ada kenaikan harga di masa yang akan datang	105	3.5143	.93144
Berkomitmen untuk tetap menggunakan produk The Body Shop	105	3.6286	.97327
Valid N (listwise)	105		

Tables

	TS	CS	S	SS
	Count	Count	Count	Count
Produk The Body Shop terbuat dari bahan alami	3	27	56	19
Produk The Body Shop menggunakan bahan yang ramah lingkungan	1	31	50	23
Pembuatan produk The Body Shop tidak membahayakan lingkungan	2	35	43	25

	TS	CS	S	SS
	Count	Count	Count	Count
The Body Shop selalu menciptakan produk yang mendukung pemakainya untuk tidak melakukan pemborosan energi yang berlebihan	4	46	40	15
Mengonsumsi produk The Body Shop hanya membutuhkan air yang tidak berlebihan (hemat energi air), seperti sabun mudah dibilas dan mudah berbusa walaupun dengan air yang sedikit.	2	45	48	10
Mengonsumsi produk The Body Shop hanya membutuhkan energi (energi dari listrik) yang sedikit (hemat energi listrik).	4	37	45	19

	TS	CS	S	SS
	Count	Count	Count	Count
Kemasan produk The Body Shop (seperti botol, plastik, tas belanja) mudah didaur ulang	2	23	58	22
Kemasan produk The Body Shop (seperti tas belanja, botol) dapat digunakan lagi.	1	21	54	29
Sisa produk The Body Shop (seperti busa sabun, sisa produk lainnya) tidak membahayakan lingkungan.	6	30	46	23

	STS	TS	CS	S	SS
	Count	Count	Count	Count	Count
The Body Shop mempunyai reputasi yang baik dalam kepedulian terhadap lingkungan di mata masyarakat umum		1	26	58	20
The Body Shop dapat menjadi tolak ukur perusahaan lainnya yang peduli pada lingkungan		2	39	46	18
The Body Shop mempunyai kemampuan yang cukup untuk memenuhi keinginan konsumen dalam kontribusi menjaga lingkungan sehingga tercipta reputasi baik di mata konsumen	1		31	51	22

	TS	CS	S	SS
	Count	Count	Count	Count
The Body Shop menjunjung tinggi nilai Protect Our Planet atau motivasi untuk menjaga bumi yang mencerminkan komitmen yang kuat untuk menjaga lingkungan alam	2	27	47	29
The Body Shop menjunjung tinggi nilai Against Animal Testing atau motivasi untuk tidak menggunakan fauna sebagai tes percobaan yang mencerminkan komitmen yang kuat untuk menjaga lingkungan hidup	2	22	52	29
The Body Shop kredibilitas tinggi dalam menjaga lingkungan tercermin pada komitmennya untuk ramah lingkungan pada tempat kerja (outlet ataupun kantor pusat)	3	27	54	21

	TS	CS	S	SS
	Count	Count	Count	Count
The Body Shop ikut berpartisipasi dalam kampanye-kampanye kepedulian lingkungan dapat mencerminkan The Body Shop bertanggung jawab pada lingkungan		27	60	18
The Body Shop mengajak konsumen ikut berpartisipasi menjaga lingkungan dengan mengadakan program ramah lingkungan (seperti pengembalian botol bekas) dapat mencerminkan bahwa The Body Shop bertanggung jawab pada lingkungan	1	28	52	24
The Body Shop mempunyai kinerja yang bagus dalam menciptakan inovasi produk ramah lingkungan dapat mencerminkan The Body Shop bertanggung jawab pada lingkungan	1	26	53	25

	TS	CS	S	SS
	Count	Count	Count	Count
Saya puas karena membeli produk The Body Shop yang ramah lingkungan	3	24	59	19
Saya puas memakai produk The Body Shop yang ramah lingkungan	3	26	57	19
Saya puas telah menjadi warga The Body Shop yang ramah lingkungan	4	39	39	23

	TS	CS	S	SS
	Count	Count	Count	Count
Saya senang telah melakukan hal yang benar pada lingkungan dengan menggunakan produk The Body Shop	2	35	55	13
Saya senang karena membeli merek yang benar-benar menjaga lingkungan alam melalui program Protect Our Planet	1	34	56	14
Saya senang karena membeli merek benar-benar menjaga lingkungan hidup (fauna) di sekitar melalui program Againts Animal Testing	3	32	53	17

	TS	CS	S	SS
	Count	Count	Count	Count
Keinginan saya ikut berkontribusi pada lingkungan terpenuhi dengan menggunakan produk The Body Shop	2	42	52	9
Saya merasa ikut melestarikan lingkungan alam sekitar dengan menggunakan produk The Body Shop	4	30	55	16
Saya merasa ikut berkontribusi dalam perkembangan lingkungan hidup yang berkesinambungan dengan menggunakan produk The Body Shop	3	32	57	13

	STS	TS	CS	S	SS
	Count	Count	Count	Count	Count
Saya memilih The Body Shop daripada merek sejenis karena komitmennya dalam menjaga lingkungan alam (bumi)	1	5	34	48	17
Saya memilih The Body Shop daripada merek sejenis karena komitmennya dalam melestarikan lingkungan hidup (fauna, flora)	1	6	33	47	18
Saya memilih The Body Shop daripada merek sejenis karena komitmennya yang ramah lingkungan di tempat kerja (pada outlet ataupun kantor pusat).	1	6	37	45	16

	STS	TS	CS	S	SS
	Count	Count	Count	Count	Count
Saya memilih The Body Shop daripada merek lain meskipun merek lainnya juga menghasilkan kinerja yang ramah lingkungan dalam melayani pelanggan.	2	4	34	50	15
Saya memilih The Body Shop daripada merek lain meskipun merek lainnya juga menghasilkan nilai manfaat yang sesuai dengan harganya.	1	7	27	54	16
Saya memilih The Body Shop daripada merek lain meskipun merek lainnya juga mempunyai konsep jual yang ramah lingkungan.	1	4	32	51	17

	STS	TS	CS	S	SS
	Count	Count	Count	Count	Count
Saya memilih The Body Shop daripada merek lain meskipun merek lainnya juga terbuat dari bahan alami yang hampir sama.	2	4	34	53	12
Saya memilih The Body Shop daripada merek lain meskipun merek lainnya mempunyai kemasan (botol, tas belanja) yang ramah lingkungan.	1	6	38	49	11
Saya memilih The Body Shop daripada merek lain meskipun merek lainnya juga telah teruji klinis tidak berbahaya bagi kulit	1	4	36	50	14

	TS	CS	S	SS
	Count	Count	Count	Count
Saya percaya pada komitmen The Body Shop yaitu Protect Our Planet atau motivasi untuk menjaga bumi.	1	23	48	33
Saya percaya pada komitmen The Body Shop yaitu Against Animal Testing atau motivasi untuk tidak menggunakan fauna sebagai tes percobaan (melestarikan fauna).		28	47	30
Saya percaya pada kredibilitas The Body Shop yang berkomitmen untuk ramah lingkungan di lingkungan kerja (pada outlet ataupun kantor pusat).	1	28	54	22

	TS	CS	S	SS
	Count	Count	Count	Count
Saya yakin The Body Shop telah membuktikan keseriusannya dalam menjaga lingkungan.	1	30	47	27
Saya yakin The Body Shop benar benar membuktikan janjinya untuk berpartisipasi menjaga lingkungan alam	1	29	45	30
Saya yakin The Body Shop benar-benar menepati janjinya untuk melestarikan lingkungan hidup di sekitar	1	32	47	25

	TS	CS	S	SS
	Count	Count	Count	Count
Saya percaya bahwa produk The Body Shop terbuat dari bahan alami bukan senyawa kimia yang berbahaya.	4	26	49	26
Saya percaya bahwa produk The Body Shop telah teruji klinis dermatologis tidak merusak kulit	2	23	54	26
Saya percaya bahwa produk The Body Shop mempunyai kemasan produk benar-benar ramah lingkungan	3	34	40	28

	STS	TS	CS	S	SS
	Count	Count	Count	Count	Count
Pengulangan pembelian produk The Body Shop		3	15	49	38
Penggunaan produk The Body Shop untuk selanjutnya		3	19	47	36
Rekomendasi produk The Body Shop pada orang lain		6	24	49	26
Menjadikan The Body Shop sebagai pilihan pertama jika melakukan pembelian produk kecantikan dan perawatan tubuh lagi	3	6	35	47	14
Menjadi lebih loyal pada The Body Shop atau mau membayar lebih jika ada kenaikan harga di masa yang akan datang	3	9	38	41	14
Berkomitmen untuk tetap menggunakan produk The Body Shop	2	11	31	41	20

Reliability

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.854	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Produk The Body Shop terbuat dari bahan alami	7.7714	2.063	.663	.852
Produk The Body Shop menggunakan bahan yang ramah lingkungan	7.7333	1.871	.782	.743
Pembuatan produk The Body Shop tidak membahayakan lingkungan	7.7714	1.793	.737	.786

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.790	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
The Body Shop selalu menciptakan produk yang mendukung pemakainya untuk tidak melakukan pemborosan energi yang berlebihan	7.3810	1.719	.623	.724
Mengonsumsi produk The Body Shop hanya membutuhkan air yang tidak berlebihan (hemat energi air), seperti sabun mudah dibilas dan mudah berbusa walaupun dengan air yang sedikit.	7.3810	1.911	.640	.711
Mengonsumsi produk The Body Shop hanya membutuhkan energi (energi dari listrik) yang sedikit (hemat energi listrik).	7.2571	1.654	.637	.709

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.833	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kemasan produk The Body Shop (seperti botol, plastik, tas belanja) mudah didaur ulang	7.8762	1.860	.786	.684
Kemasan produk The Body Shop (seperti tas belanja, botol) dapat digunakan lagi.	7.7714	2.024	.662	.800
Sisa produk The Body Shop (seperti busa sabun, sisa produk lainnya) tidak membahayakan lingkungan.	8.0095	1.740	.652	.824

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.762	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
The Body Shop mempunyai reputasi yang baik dalam kepedulian terhadap lingkungan di mata masyarakat umum	7.6476	1.807	.552	.727
The Body Shop dapat menjadi tolak ukur perusahaan lainnya yang peduli pada lingkungan	7.8095	1.521	.654	.609
The Body Shop mempunyai kemampuan yang cukup untuk memenuhi keinginan konsumen dalam kontribusi menjaga lingkungan sehingga tercipta reputasi baik di mata konsumen	7.6857	1.602	.579	.698

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.819	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
The Body Shop menjunjung tinggi nilai Protect Our Planet atau motivasi untuk menjaga bumi yang mencerminkan komitmen yang kuat untuk menjaga lingkungan alam	7.9143	1.771	.699	.724
The Body Shop menjunjung tinggi nilai Againts Animal Testing atau motivasi untuk tidak menggunakan fauna sebagai tes percobaan yang mencerminkan komitmen yang kuat untuk menjaga lingkungan hidup	7.8667	1.828	.712	.710
The Body Shop kredibilitas tinggi dalam menjaga lingkungan tercermin pada komitmennya untuk ramah lingkungan pada tempat kerja (outlet ataupun kantor pusat	8.0095	1.990	.609	.813

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.753	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
The Body Shop ikut berpartisipasi dalam kampanye-kampanye kepedulian lingkungan dapat mencerminkan The Body Shop bertanggung jawab pada lingkungan	7.9143	1.579	.601	.653
The Body Shop mengajak konsumen ikut berpartisipasi menjaga lingkungan dengan mengadakan program ramah lingkungan (seperti pengembalian botol bekas)dapat mencerminkan bahwa The Body Shop bertanggung jawab pada lingkungan	7.8857	1.429	.586	.666
The Body Shop mempunyai kinerja yang bagus dalam menciptakan inovasi produk ramah lingkungan dapat mencerminkan The Body Shop bertanggung jawab pada lingkungan	7.8571	1.470	.563	.693

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.854	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Saya puas karena membeli produk The Body Shop yang ramah lingkungan	7.6476	2.057	.719	.804
Saya puas memakai produk The Body Shop yang ramah lingkungan	7.6667	1.955	.770	.757
Saya puas telah menjadi warga The Body Shop yang ramah lingkungan	7.7714	1.793	.701	.829

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.862	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Saya senang telah melakukan hal yang benar pada lingkungan dengan menggunakan produk The Body Shop	7.5905	1.706	.718	.825
Saya senang karena membeli merek yang benar-benar menjaga lingkungan alam melalui program Protect Our Planet	7.5524	1.692	.757	.791
Saya senang karena membeli merek benar-benar menjaga lingkungan hidup (fauna) di sekitar melalui program Againts Animal Testing	7.5429	1.558	.744	.803

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.847	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Keinginan saya ikut berkontribusi pada lingkungan terpenuhi dengan menggunakan produk The Body Shop	7.5524	1.788	.665	.834
Saya merasa ikut melestarikan lingkungan alam sekitar dengan menggunakan produk The Body Shop	7.4095	1.456	.783	.718
Saya merasa ikut berkontribusi dalam perkembangan lingkungan hidup yang berkesinambungan dengan menggunakan produk The Body Shop	7.4381	1.652	.704	.797

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.903	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Saya memilih The Body Shop daripada merek sejenis karena komitmennya dalam menjaga lingkungan alam (bumi)	7.3714	2.524	.804	.864
Saya memilih The Body Shop daripada merek sejenis karena komitmennya dalam melestarikan lingkungan hidup (fauna, flora)	7.3714	2.409	.830	.842
Saya memilih The Body Shop daripada merek sejenis karena komitmennya yang ramah lingkungan di tempat kerja (pada outlet ataupun kantor pusat).	7.4286	2.516	.788	.878

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.880	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Saya memilih The Body Shop daripada merek lain meskipun merek lainya juga menghasilkan kinerja yang ramah lingkungan dalam melayani pelanggan.	7.4857	2.368	.733	.862
Saya memilih The Body Shop daripada merek lain meskipun merek lainnya juga menghasilkan niai manfaat yang sesuai dengan harganya.	7.4381	2.325	.757	.841
Saya memilih The Body Shop daripada merek lain meskipun merek lainnya juga mempunyai konsep jual yang ramah lingkungan.	7.4190	2.303	.817	.788

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.856	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Saya memilih The Body Shop daripada merek lain meskipun merek lainnya juga terbuat dari bahan alami yang hampir sama.	7.2857	2.052	.743	.783
Saya memilih The Body Shop daripada merek lain meskipun merek lainnya mempunyai kemasan (botol, tas belanja) yang ramah lingkungan.	7.3429	2.054	.766	.762
Saya memilih The Body Shop daripada merek lain meskipun merek lainnya juga telah teruji klinis tidak berbahaya bagi kulit.	7.2571	2.212	.676	.845

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.856	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Saya percaya pada komitmen The Body Shop yaitu Protect Our Planet atau motivasi untuk menjaga bumi.	7.9429	1.785	.728	.800
Saya percaya pada komitmen The Body Shop yaitu Against Animal Testing atau motivasi untuk tidak menggunakan fauna sebagai tes percobaan (melestarikan fauna).	8.0000	1.712	.797	.733
Saya percaya pada kredibilitas The Body Shop yang berkomitmen untuk ramah lingkungan di lingkungan kerja (pada outlet ataupun kantor pusat).	8.0952	1.972	.667	.855

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.877	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Saya yakin The Body Shop telah membuktikan keseriusannya dalam menjaga lingkungan.	7.9048	2.106	.707	.875
Saya yakin The Body Shop benar benar membuktikan janjinya untuk berpartisipasi menjaga lingkungan alam	7.8667	1.886	.827	.766
Saya yakin The Body Shop benar-benar menepati janjinya untuk melestarikan lingkungan hidup di sekitar	7.9429	2.035	.757	.831

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.850	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Saya percaya bahwa produk The Body Shop terbuat dari bahan alami bukan senyawa kimia yang berbahaya.	7.8762	2.013	.749	.762
Saya percaya bahwa produk The Body Shop telah teruji klinis dermatologis tidak merusak kulit	7.8095	2.233	.720	.794
Saya percaya bahwa produk The Body Shop mempunyai kemasan produk benar-benar ramah lingkungan	7.9143	2.021	.696	.817

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.926	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pengulangan pembelian produk The Body Shop	18.7524	14.553	.802	.911
Penggunaan produk The Body Shop untuk selanjutnya	18.8095	14.540	.777	.913
Rekomendasi produk The Body Shop pada orang lain	19.0095	14.567	.722	.920
Menjadikan The Body Shop sebagai pilihan pertama jika melakukan pembelian produk kecantikan dan perawatan tubuh lagi	19.3143	13.871	.783	.912
Menjadi lebih loyal pada The Body Shop atau mau membayar lebih jika ada kenaikan harga di masa yang akan datang	19.4000	13.319	.838	.905
Berkomitmen untuk tetap menggunakan produk The Body Shop	19.2857	13.245	.804	.910

Lampiran 4

Output PLS

Settings

[[CSV-Version](#)]

number of samples	105
number of cases in original sample	105
cases per sample	300
preprocessing option	no changes

R-square

[[CSV-Version](#)]

	R-square
quality	
image	
satisfaction	0.226
equity	0.552
trust	0.478
loyalty	0.697

results for inner weights

[[CSV-Version](#)]

	original sample estimate	mean of subsamples	Standard deviation	T-Statistic
quality -> satisfaction	0.286	0.290	0.056	5.075
image -> satisfaction	0.235	0.241	0.066	3.551
quality -> equity	0.187	0.198	0.067	2.792
image -> equity	0.094	0.085	0.055	1.708
satisfaction -> equity	0.205	0.204	0.050	4.120
trust -> equity	0.409	0.408	0.071	5.795
quality -> trust	0.545	0.553	0.054	10.163
image -> trust	0.198	0.190	0.059	3.343
quality -> loyalty	-0.011	-0.005	0.051	0.222
image -> loyalty	0.138	0.136	0.039	3.578
satisfaction -> loyalty	0.148	0.147	0.041	3.601
equity -> loyalty	0.268	0.268	0.051	5.256
trust -> loyalty	0.451	0.447	0.052	8.730

Average variance extracted (AVE)

[[CSV-Version](#)]

	Average variance extracted (AVE)
quality	0.665
image	0.584
satisfaction	0.757
equity	0.733
trust	0.743
loyalty	0.732

Composite Reliability

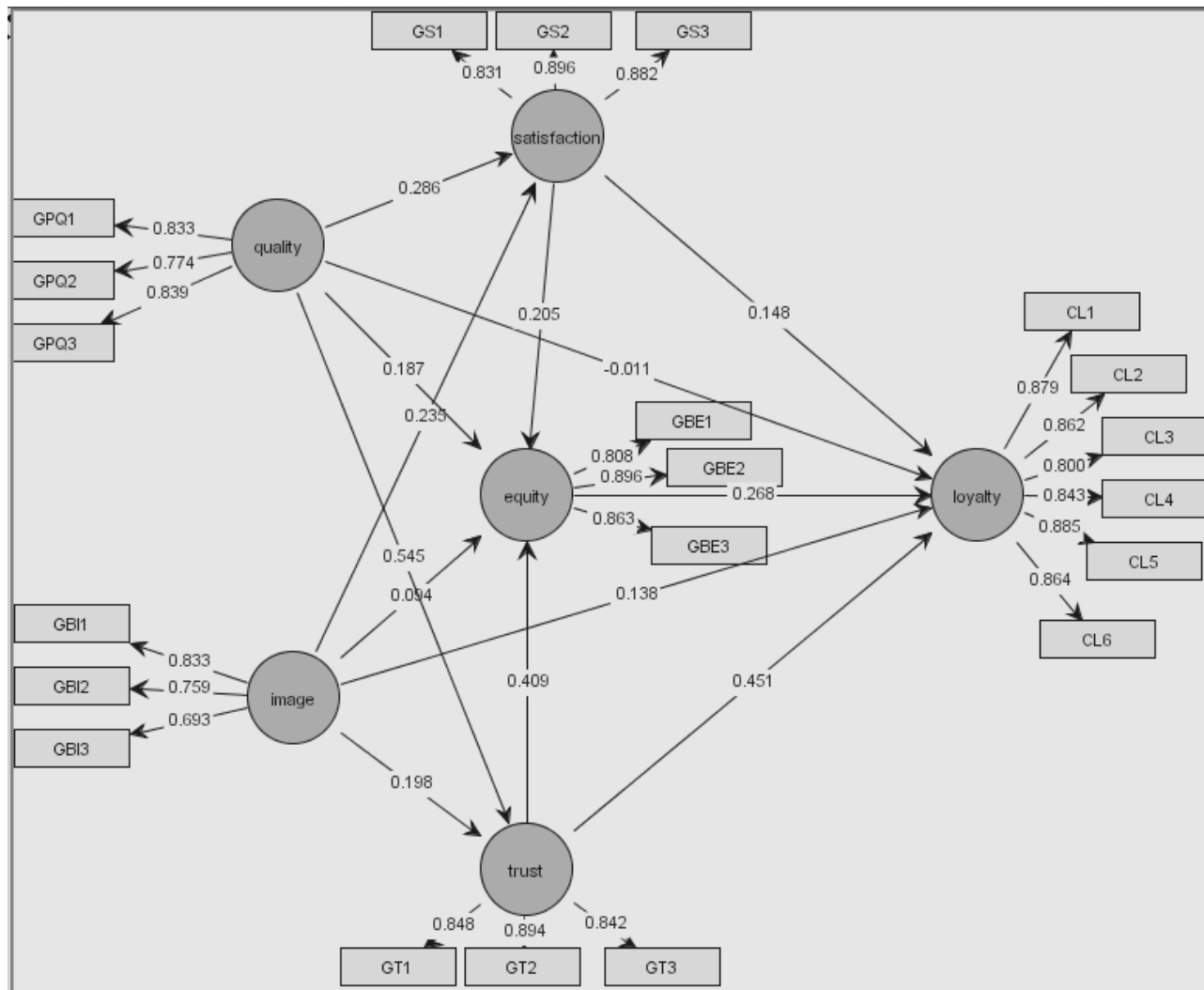
[[CSV-Version](#)]

	Composite Reliability
quality	0.856
image	0.807
satisfaction	0.903
equity	0.891
trust	0.896
loyalty	0.943

Cross loadings

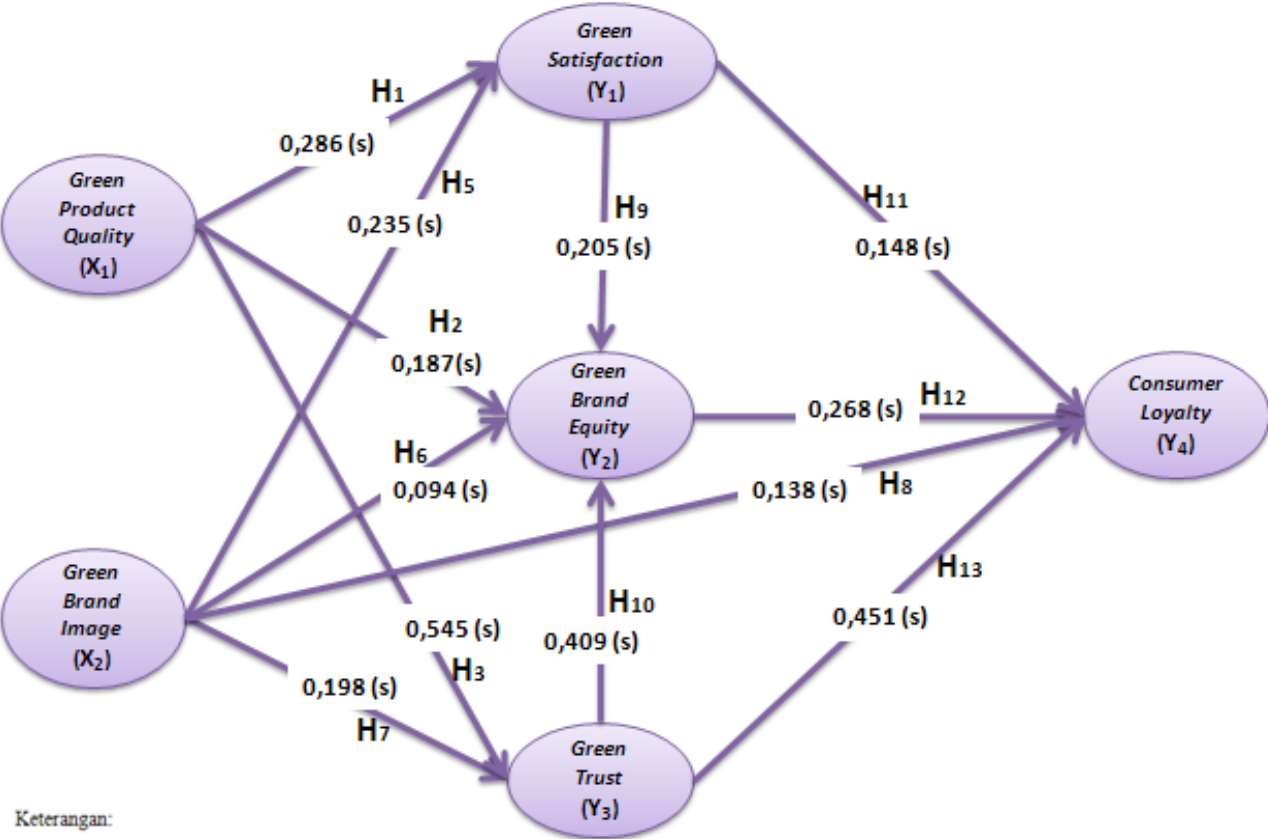
[[CSV-Version](#)]

	quality	image	satisfaction	equity	trust	loyalty
CL1	0.529	0.541	0.483	0.594	0.589	0.879
CL2	0.616	0.569	0.421	0.586	0.624	0.862
CL3	0.513	0.498	0.484	0.422	0.530	0.800
CL4	0.549	0.424	0.428	0.667	0.586	0.843
CL5	0.627	0.604	0.524	0.633	0.657	0.885
CL6	0.706	0.633	0.606	0.681	0.707	0.864
GBE1	0.504	0.411	0.421	0.808	0.494	0.474
GBE2	0.557	0.480	0.445	0.896	0.496	0.545
GBE3	0.513	0.429	0.366	0.863	0.466	0.447
GBI1	0.539	0.833	0.317	0.373	0.362	0.373
GBI2	0.425	0.759	0.328	0.270	0.285	0.286
GBI3	0.350	0.693	0.137	0.276	0.280	0.275
GPQ1	0.833	0.508	0.270	0.370	0.466	0.359
GPQ2	0.774	0.304	0.251	0.373	0.356	0.340
GPQ3	0.839	0.592	0.371	0.432	0.421	0.380
GS1	0.304	0.282	0.831	0.298	0.244	0.305
GS2	0.318	0.341	0.896	0.425	0.301	0.353
GS3	0.410	0.347	0.882	0.342	0.368	0.374
GT1	0.544	0.438	0.319	0.433	0.848	0.447
GT2	0.576	0.461	0.326	0.493	0.894	0.523
GT3	0.550	0.440	0.424	0.533	0.842	0.545



Lampiran 5

Model Setelah Hasil Penelitian



Keterangan:
○ : Variabel laten
→ : Arah pengaruh
(s) : Signifikan

Lampiran 6

AC Nielsen Global Grooming Health and Beauty Report 2006

