

ESENSI: JURNAL BISNIS DAN MANAJEMEN

Web: <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/esensi>

Email: esensi@uinjkt.ac.id

COPYRIGHT TRANSFER AGREEMENT FORM

Name of Principal Authors: Nanda Naufal RoFiza Haidar

Address of Principal Authors: Jl. Kh. Ahmad Dahlan, Desa Demeling

Pt. 07/05 kec. Wanasari Kab. Brebes

Tel/Fax: 082297163165

E-mail: naufalhaidar91@gmail.com

Author(s) Name: Nanda Naufal, Achmad Firdaus, M. Najib

Manuscript Title:

Analisis Determinan Keputusan Konsumen Muslim Indonesia

Membeli Free Product

Date Received:

1. I/We submit to the *Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen*. I/We certify that the work reported here has not been published before and contains no materials the publication of which would violate any copyright or other personal or proprietary right of any person or entity.
2. I/We hereby agree to transfer to *Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen*/ Publisher for the copyright of the above - named manuscript.
3. I/We reserve the following: (1) All proprietary rights other than copyright such as patent rights. (2) The right to use all or part of this article in future works of our own such as in books and lectures. Print or Type Name and Title of Author.

Date: 30-12-18

Signature (original)



(When there is more than one author, only one signature will suffice)

KUESIONER PENELITIAN

PENGANTAR

Kepada responden yang terhormat, saya Nanda Naufal Rofiza Haidar mahasiswa S2 Program Studi Ilmu Manajemen, Institut Tazkia sedang mengadakan penelitian dalam rangka menyelesaikan tugas akhir dengan judul **Analisis Determinan Keputusan Konsumen Muslim Indonesia Membeli *Green Product***. Informasi yang didapatkan dari kuesioner ini bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk keperluan akademik dan untuk memberikan rekomendasi kepada para pihak terkait dalam penelitian ini.

Demi tercapainya hasil penelitian yang diinginkan, mohon kesediaan waktu Bapak/ Ibu/ Saudara/ dan Saudari untuk mengisi kuesioner ini dengan sebenar-benarnya, atas kerjasamanya saya ucapkan banyak terimakasih.

Petunjuk Pengisian

Setiap pertanyaan yang akan diajukan terdiri dari lima alternatif jawaban, pilihlah salah satu jawaban yang menurut Bapak/ Ibu/ Saudara/i paling tepat menggambarkan produk yang telah dikonsumsi, dengan memberikan tanda ceklis (✓) pada kolom yang telah disediakan.

Bobot pilihan jawaban :

Favorable Item

(SS) Sangat Setuju	: 4
(S) Setuju	: 3
(TS) Tidak Setuju	: 2
(STS) Sangat Tidak Setuju	: 1

Unfavorable Item

(SS) Sangat Setuju	: 1
(S) Setuju	: 2
(TS) Tidak Setuju	: 3
(STS) Sangat Tidak Setuju	: 4

Green Product

Green product adalah produk yang tidak berbahaya bagi manusia dan lingkungannya, tidak boros sumber daya, tidak menghasilkan sampah berlebihan, dan tidak melibatkan kekejaman pada binatang. Selanjutnya, Shamsuddoha, et al. (1995), dalam Nursanti ; Melisa (2011), di dalam penelitiannya mengatakan bahwa green product menekankan pada manfaat langsung dan nyata yang disediakan oleh desain yang lebih ramah lingkungan, seperti efisiensi energi atau konten daur ulang, bukan menekankan atribut lingkungan semata. Contohnya tanaman organik tumbuh tidak hanya lebih baik dalam mempertahankan tanah dan jumlah racun dalam pasokan air, tetapi juga memiliki keunggulan rasa dan manfaat kesehatan.

Salah satu perusahaan green company dalam bidang food and beverages yang memasarkan *green product* adalah All Fresh. All Fresh Fruit Store Indonesia memiliki visi menyediakan buah-buahan untuk semua kebutuhan pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Lengkap. Selama lebih dari satu dekade, All Fresh Fruit Store Indonesia telah berhasil berevolusi untuk memenuhi skenario pasar yang dinamis dan terus menangkap peluang bisnis universal. Misi: Kami sangat serius tentang kualitas di sekitar sini. Kami membawa produk-produk alami dan organik karena kami percaya bahwa makanan / buah-buahan dalam keadaan paling murni - tidak tercemar oleh rasa buatan, pemanis, pewarna dan pengawet - adalah yang terbaik mencicipi dan makanan paling bergizi yang tersedia.

All fresh fokus pada upaya menyediakan lingkungan kerja yang baik untuk karyawan, membuat kontribusi positif pada masyarakat, bekerja sama dengan petani buah untuk memastikan keberhasilan jangka panjang mereka dan meminimalisir dampak terhadap lingkungan.

Screening

Apakah anda pernah berbelanja atau menjadi pelanggan All Fresh Indonesia?

☐

Ya, silahkan lanjut ke pertanyaan selanjutnya

☐

Tidak, silahkan abaikan kuesioner penelitian ini. Terimakasih

Sudah berapa lama anda mengenal produk All Fresh?

☐

1 tahun

☐

2 tahun

☐

>3 tahun

Sudah berapa lama anda menggunakan produk All Fresh?

1 tahun

2 tahun

>3 tahun

Berapa kali anda berbelanja di All Fresh Indonesia dalam satu bulan terakhir?

1 kali/bulan

2 - 5 kali/bulan

>6 kali/bulan

Data Responden

Nama :

Usia

☐

< 20 Thn

☐

> 31 - 40 Thn

☐

21 - 30 Thn

☐

> 41 Thn

Jenis Kelamin

☐

Pria

☐

Wanita

Pendidikan

☐

Menengah Pertama

☐

Diploma/ Sarjana

☐

Menengah Atas

☐

Master/ Doktoral

☐

Lainya

Pekerjaan

☐

Pelajar/mahasiswa

☐

PNS

☐

Karyawan Swasta

☐

Wiraswasta

☐

Lainya

Penghasilan Perbulan

☐

3.000.000-3.999.999

☐

4.000.000 – 8.999.999

☐

9.000.000 – 15.999.999

☐

16.000.000 – 20.999.999

☐

> 21.000.000

Pengeluaran perbulan membeli

<100.000

Produk organik

200.000 – 300.000

>400.000

Produk organic yang biasa

Buah-buahan

dibeli

Sayuran

PERNYATAAN PENELITIAN

Bobot pilihan jawaban ;

Favorable Item

(SS) Sangat Setuju : 4 (TS) Tidak Setuju : 2
(S) Setuju : 3 (STS) Sangat Tidak Setuju : 1

Unfavorable Item

(SS) Sangat Setuju : 1 (TS) Tidak Setuju : 3
(S) Setuju : 2 (STS) Sangat Tidak Setuju : 4

Collectivism (Favorable)

Collectivism adalah fokus pada kesejahteraan masyarakat dan mempertimbangkan dimana pencapaian tujuan kelompok lebih penting daripada sekadar pencapaian keuntungan individu Cho et al. (2012).

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya suka menjadi peserta yang koperatif dalam kegiatan kelompok				
2	Saya suka bekerja keras untuk mencapai tujuan grup				
3	Saya suka membantu orang lain pada saat dibutuhkan				
4	Saya suka menjaga hubungan yang hangat dengan orang lain				

Sumber : Cho et al. (2012)

Eco- literacy (Favorable)

Eco- literacy kemampuan seseorang untuk mengidentifikasi dan memahami simbol, konsep dan perilaku yang berkaitan dengan lingkungan Kirmani and khan, (2016)

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya tahu arti pemanasan global dan dampaknya terhadap lingkungan				
2	Saya tahu arti hujan asam dan efek terhadap kehidupan				
3	Saya tahu penyebab dan efek dari penipisan ozon				

4	Saya tahu bahwa kantong plastik membutuhkan waktu bertahun-tahun untuk terurai dan menyebabkan polusi				
5	Saya tahu cara melestarikan dan tidak menyebabkan kerusakan lingkungan				

Sumber : Kirmani and khan, (2016)

Environmental concern (favorable)

Hassan, (2014) Environmental concern adalah tingkat kesadaran konsumen terhadap masalah lingkungan dan kesiapan mereka untuk berpartisipasi dalam mengurangi masalah lingkungan yang terjadi.

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Banyak dari kita yang tidak sadar dengan permasalahan lingkungan yang terjadi				
2	Pesatnya pertumbuhan ekonomi, semakin besar pemakaian sumber daya				
3	Kita harus memperhatikan lingkungan dimana kita hidup				
4	Surat kabar atau berita tentang masalah lingkungan membuat saya marah				
5	Jika kita melanjutkan kebiasaan buruk, kita semakin dekat dengan bencana lingkungan				
6	Demi manfaat lingkungan, kita harus siap membatasai gaya hidup				

Sumber : Hassan, (2014)

Green Advertising (Favorable)

Patel & Chugan (2015) mendefinisikan “green advertising” sebagai “Tindakan untuk mempengaruhi sikap konsumen untuk membeli produk yang ramah lingkungan dan mendorong mereka untuk membeli produk yang tidak merusak lingkungan

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Informasi pada green advertising all fresh mudah dimengerti				
2	Saya merasa klaim ramah lingkungan produk All Fresh dapat dipercaya				
3	Iklan produk ramah lingkungan All fresh menarik perhatian saya				

Sumber : Patel & Chugan (2015)

Spirituality

Ratnaker dan Nair (2012), bahwa spiritualitas didefinisi sebagai sebuah keterhubungan dengan Tuhan, yang pada akhirnya menimbulkan suatu makna, tujuan dan misi dalam hidup.

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya sholat lima kali sehari				
2	Saya berpuasa secara teratur di bulan Ramadhan.				
3	Saya membayar Zakat Fitrah setiap tahun jika saya memenuhi kriteria yang ditentukan.				
4	Saya akan menunaikan ibadah haji jika mampu				
5	Saya mencoba mengikuti perintah Islam dalam semua hal dalam hidup saya				
6.	Allah memerintahkan kita untuk menjaga lingkungan				

Sumber : Ulvoas-Moal (2010)

Minat beli produk hijau/ATGP (Favorable)

Studi mengacu Cheah dan Phau (2011) mendefinisikan Minat beli produk hijau/ATGP sebagai kecenderungan konsumen dalam menyikapi produk hijau

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya mengkonsumsi produk dari All Fresh karena ramah dan komit terhadap lingkungan				

2	Saya bersedia untuk melakukan usaha lebih untuk membeli produk yang ramah lingkungan				
3	Saya membeli all fresh karena tidak menimbulkan pencemaran lingkungan				
4	Minat membeli all fresh karena memiliki perhatian yang lebih pada lingkungan dibandingkan produk lain				

Sumber : Cheah dan Phau (2011)