

LAMPIRAN

Lampiran 1 kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

“PENGARUH PEMASARAN DIGITAL MELALUI MEDIA SOSIAL DAN KESADARAN LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *THRIFTING* PADA MAHASISWA KOTA MALANG”

Kepada Yth.

Saudara/i responden

Di Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Perkenalkan, Nama saya Marianus Jaban, Mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Tribhuwana Tungadewi. Saat ini, saya sedang melakukan penelitian untuk skripsi dengan judul: “Pengaruh Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Dan Kesadaran Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Thrifting* Pada Mahasiswa Kota Malang”

Untuk itu, saya sangat membutuhkan bantuan dari Teman-teman mahasiswa/i untuk mengisi kuesioner ini. Partisipasi dari teman-teman mahasiswa/i semua merupakan kontribusi yang sangat berharga bagi kelangsungan penelitian ini. Saya menjamin bahwa semua data dan informasi yang teman-teman berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan semata-mata untuk kepentingan akademis. Atas waktu, perhatian, dan partisipasinya, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Kuesioner ini dirancang menggunakan **Skala Likert 1-5** untuk mengukur persepsi responden.

- 1) **STS:** Sangat Tidak Setuju (1)
- 2) **TS:** Tidak Setuju (2)
- 3) **N:** Netral (3)
- 4) **S:** Setuju (4)
- 5) **SS:** Sangat Setuju (5)

KUESIONER PENELITIAN

Judul: Pengaruh Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Dan Kesadaran Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Thrifting* Pada Mahasiswa Kota Malang

Petunjuk Pengisian:

1. Isilah identitas Anda pada bagian yang telah disediakan.
2. Bacalah setiap pernyataan dengan cermat.
3. Berilah tanda centang (✓) pada kolom yang sesuai dengan pendapat Anda (STS, TS, N, S, SS).
4. Jawaban Anda sangat kami rahasiakan dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian akademis semata.
5. Atas partisipasinya, kami mengucapkan terima kasih.

A. Identitas Responden

1. Nama responden:
2. Jenis Kelamin: ☐ Laki-laki ☐ Perempuan
3. Mahasiswa aktif yang berdomisili atau sedang berkuliah di Kota Malang:
☐ Ya ☐ Tidak
4. Aktif menggunakan media sosial, khususnya Instagram atau TikTok, sebagai platform yang digunakan dalam pemasaran digital: ☐ Ya ☐ Tidak
5. Pernah membeli produk *thrifting* atau memiliki minat untuk membeli produk *thrifting*, baik secara online maupun offline: ☐ Ya ☐ Tidak
6. Usia: ☐ 17–21 tahun ☐ 22–35 tahun

7. Aktif menggunakan Instagram minimal selama 6 bulan terakhir: ☐ Ya ☐ Tidak
8. Bersedia mengisi kuesioner dan memberikan jawaban secara jujur sesuai pengalaman dan persepsi pribadi: ☐ Ya ☐ Tidak

B. Pernyataan penelitian variable X1: Pemasaran *Digital* melalui Media Sosial

No	pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Konten promosi produk thrifting di media sosial terlihat menarik dan informatif.					
2.	Saya dapat berinteraksi langsung dengan penjual melalui media sosial.					
3.	Saya mudah menemukan informasi tentang produk thrifting di media sosial.					
4.	Promosi yang muncul di media sosial sesuai dengan minat saya.					
5.	Promosi digital membantu saya membandingkan produk dengan mudah.					

C. Pernyataan penelitian variable X2: Kesadaran Lingkungan

No	pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya mengetahui dampak negatif industri fashion terhadap lingkungan.					
2.	Saya peduli terhadap masalah lingkungan akibat limbah tekstil.					

3.	Saya mendukung penggunaan produk ramah lingkungan.					
4.	Saya berniat membeli produk thrifting sebagai bentuk peduli lingkungan.					
5.	Saya berpartisipasi dalam kegiatan pelestarian lingkungan.					

D. Pernyataan penelitian variable Y: Keputusan Pembelian Produk Thrifting

No	pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya membeli produk thrifting karena kebutuhan pakaian dengan harga terjangkau.					
2.	Saya mencari informasi tentang produk thrifting sebelum membeli.					
3.	Saya membandingkan beberapa toko thrifting sebelum memutuskan membeli.					
4.	Saya memutuskan membeli produk thrifting setelah menilai harga dan kualitas.					
5.	Saya merasa puas setelah membeli produk thrifting.					

E. PERNYATAAN PENUTUP

Terima kasih atas waktu dan partisipasi Anda dalam mengisi kuesioner ini.

Lampiran 2 Hasil Kuesioner

NO	VARIABEL X1 PEMASARAN DIGITAL MELALUI MEDIA SOSIAL						VARIABEL X2 KESADARAN LINGKUNGAN						VARIABEL Y KEPUTUSAN PEMBELIAN					
	P1	P2	P3	P4	P5	TOTAL	P1	P2	P3	P4	P5	TOTAL	P1	P2	P4	P4	P5	TOTAL
1.	4	4	4	3	4	19	4	5	5	5	4	23	3	3	4	5	4	19
2.	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	3	18	3	3	3	4	3	16
3.	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20	5	5	4	5	4	23
4.	4	4	5	4	5	22	5	5	4	5	4	23	4	4	4	4	4	20
5.	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
6.	4	4	4	3	2	17	3	3	3	3	3	15	4	4	3	4	3	18
7.	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
8.	5	4	4	3	5	21	5	4	5	4	4	22	5	4	4	5	5	23
9.	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
10.	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	19
11.	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
12.	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
13.	4	4	4	5	3	20	4	4	3	5	3	19	4	3	3	4	5	19
14.	4	4	4	4	4	20	5	5	5	4	4	23	4	4	5	5	4	22
15.	4	5	4	3	4	20	5	4	3	4	4	20	4	5	5	4	4	22
16.	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
17.	4	3	4	2	4	17	5	4	5	4	4	22	5	4	4	5	3	21
18.	3	2	4	2	3	14	3	4	5	4	3	19	5	3	4	5	3	20
19.	3	3	4	3	4	17	4	4	5	3	4	20	3	4	4	4	3	18

20.	1	3	5	5	5	19	1	5	5	5	1	17	5	5	1	4	4	19
21.	4	4	5	4	4	21	4	4	5	3	4	20	4	4	5	4	4	21
22.	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
23.	4	4	4	3	3	18	3	4	4	3	4	18	4	4	4	4	3	19
24.	3	3	4	3	4	17	5	4	5	2	3	19	4	3	4	5	3	19
25.	3	4	4	3	4	18	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	3	19
26.	4	5	5	5	4	23	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	4	21
27.	4	3	4	4	4	19	3	3	4	3	4	17	5	5	5	5	5	25
28.	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
29.	4	4	4	3	4	19	3	4	4	3	4	18	3	3	4	4	4	18
30.	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	5
31.	4	4	4	4	4	20	3	3	4	4	4	18	5	5	3	4	5	22
32.	5	5	5	5	5	25	3	5	5	5	5	23	5	5	5	5	5	25
33.	4	4	5	5	5	23	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	5	25
34.	4	5	4	4	5	22	5	5	5	5	5	25	4	4	4	5	4	21
35.	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
36.	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
37.	1	4	4	4	4	17	4	2	3	5	4	18	4	4	2	4	2	16
38.	4	3	5	4	4	20	3	3	3	3	3	15	4	5	4	4	4	21
39.	4	4	4	5	5	22	4	5	4	4	4	21	5	4	4	4	4	21
40.	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
41.	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
42.	5	4	5	4	5	23	4	5	5	5	5	24	5	4	5	5	4	23
43.	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25

44.	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	25	4	4	4	5	2	19
45.	4	3	5	4	4	20	2	4	4	4	4	18	2	4	2	4	4	16
46.	4	4	5	5	5	23	4	5	5	5	4	23	5	5	5	5	5	25
47.	4	3	5	3	5	20	3	4	5	2	4	18	5	3	4	5	4	21
48.	5	3	4	4	5	21	5	3	5	3	3	19	5	5	5	4	4	23
49.	4	4	5	4	5	22	4	5	5	3	4	21	4	5	4	5	4	22
50.	4	4	5	3	5	21	4	3	4	4	5	20	3	5	4	5	4	21
51.	4	4	5	5	5	23	4	4	5	3	3	19	5	5	4	5	4	23
52.	3	4	5	3	5	20	3	3	3	3	4	16	4	5	4	5	3	21
53.	5	2	4	4	4	19	3	4	5	4	3	19	4	4	4	4	4	20
54.	4	4	5	3	4	20	3	5	5	5	4	22	5	4	5	4	4	22
55.	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	24
56.	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
57.	3	4	5	3	4	19	4	4	4	5	4	21	3	3	4	4	4	18
58.	5	4	5	5	4	23	5	5	4	4	4	22	5	5	4	4	5	23
59.	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	4	24
60.	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	4	21
61.	4	3	4	3	4	18	3	3	5	4	3	18	4	4	5	4	3	20
62.	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
63.	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
64.	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19
65.	3	3	2	3	4	15	3	2	3	3	3	14	3	4	3	4	4	18
66.	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	3	18
67.	5	5	4	4	5	23	3	4	5	4	4	20	5	5	5	5	4	24

68.	4	3	4	4	4	19	4	4	5	4	3	20	4	4	3	4	4	19
69.	4	4	4	4	4	20	2	4	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20
70.	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	5	22	4	5	5	5	4	23
71.	5	4	5	5	5	24	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25
72.	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
73.	5	5	5	3	5	23	3	5	5	4	5	22	5	4	4	4	4	21
74.	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
75.	4	4	4	5	4	21	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	4	23
76.	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
77.	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
78.	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
79.	3	3	4	3	4	17	3	3	5	4	5	20	3	4	4	4	3	18
80.	5	5	4	4	4	22	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	4	24
81.	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	21
82.	5	4	5	4	4	22	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21
83.	5	4	4	3	4	20	3	4	4	3	3	17	5	5	5	5	3	23
84.	3	3	4	4	4	18	4	3	3	3	3	16	5	5	5	5	3	23
85.	4	5	4	5	4	22	4	5	4	5	4	22	4	5	4	5	4	22
86.	3	2	3	2	3	13	3	4	4	3	4	18	3	4	3	3	3	16
87.	4	5	4	4	4	21	4	5	5	4	4	22	5	5	4	5	4	23
88.	5	4	4	4	5	22	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25
89.	5	4	5	5	5	24	4	3	5	4	4	20	5	4	5	5	5	24
90.	4	2	4	4	4	18	5	5	5	4	5	24	4	4	2	3	3	16
91.	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	3	19	5	5	5	5	5	25

92.	5	4	5	4	5	23	3	3	5	3	5	19	4	5	5	5	5	24
93.	4	4	5	3	4	20	4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	4	20
94.	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
95.	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
96.	3	3	4	3	5	18	3	3	4	3	4	17	3	3	4	4	3	17
97.	4	4	4	3	5	20	4	5	5	5	3	22	4	5	5	5	5	24
98.	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
99.	5	4	5	4	5	23	5	5	5	4	5	24	5	4	5	4	4	22
100.	4	5	5	3	4	21	4	3	5	4	3	19	4	4	4	5	4	21
101.	3	3	4	4	3	17	3	3	5	3	2	16	4	3	2	4	3	16



Lampiran 3 Output SPSS

Uji Validitas

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	PDMMS
X1.1	Pearson Correlation	1	.538**	.483**	.444**	.483**	.762**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	101	101	101	101	101	101
X1.2	Pearson Correlation	.538**	1	.525**	.538**	.488**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	101	101	101	101	101	101
X1.3	Pearson Correlation	.483**	.525**	1	.533**	.657**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	101	101	101	101	101	101
X1.4	Pearson Correlation	.444**	.538**	.533**	1	.511**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	101	101	101	101	101	101
X1.5	Pearson Correlation	.483**	.488**	.657**	.511**	1	.784**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	101	101	101	101	101	101
PDMMS	Pearson Correlation	.762**	.796**	.796**	.783**	.784**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	101	101	101	101	101	101

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

		Correlations					K.LINGKU NGAN
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
X2.1	Pearson Correlation	1	.502**	.386**	.449**	.544**	.743**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	101	101	101	101	101	51
X2.2	Pearson Correlation	.502**	1	.613**	.641**	.509**	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	101	101	101	101	101	51
X2.3	Pearson Correlation	.386**	.613**	1	.437**	.450**	.588**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000

	N	101	101	101	101	101	51
X2.4	Pearson Correlation	.449**	.641**	.437**	1	.536**	.706**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	101	101	101	101	101	51
X2.5	Pearson Correlation	.544**	.509**	.450**	.536**	1	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	101	101	101	101	101	51
K.LINGKUNGA N	Pearson Correlation	.743**	.797**	.588**	.706**	.753**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	51	51	51	51	51	51

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

		Correlations					K.PEMBELIA
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	N
Y.1	Pearson Correlation	1	.624**	.545**	.615**	.531**	.811**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	101	101	101	101	101	51
Y.2	Pearson Correlation	.624**	1	.537**	.616**	.552**	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	101	101	101	101	101	51
Y.3	Pearson Correlation	.545**	.537**	1	.646**	.527**	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	101	101	101	101	101	51
Y.4	Pearson Correlation	.615**	.616**	.646**	1	.493**	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	101	101	101	101	101	51
Y.5	Pearson Correlation	.531**	.552**	.527**	.493**	1	.674**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	101	101	101	101	101	51
K.PEMBELIA N	Pearson Correlation	.811**	.801**	.797**	.799**	.674**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	51	51	51	51	51	51

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reabilitas

Scale: ALL VARIABELS

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	101	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	101	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.839	5

Reliability

Scale: ALL VARIABELS

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	101	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	101	100.0

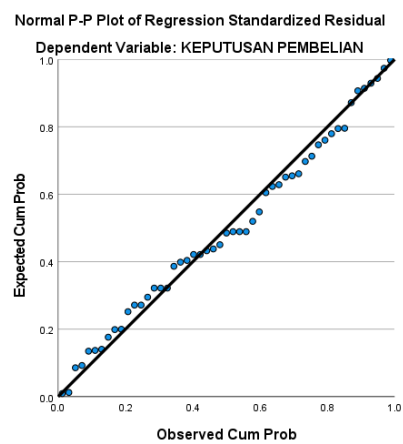
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.836	5

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



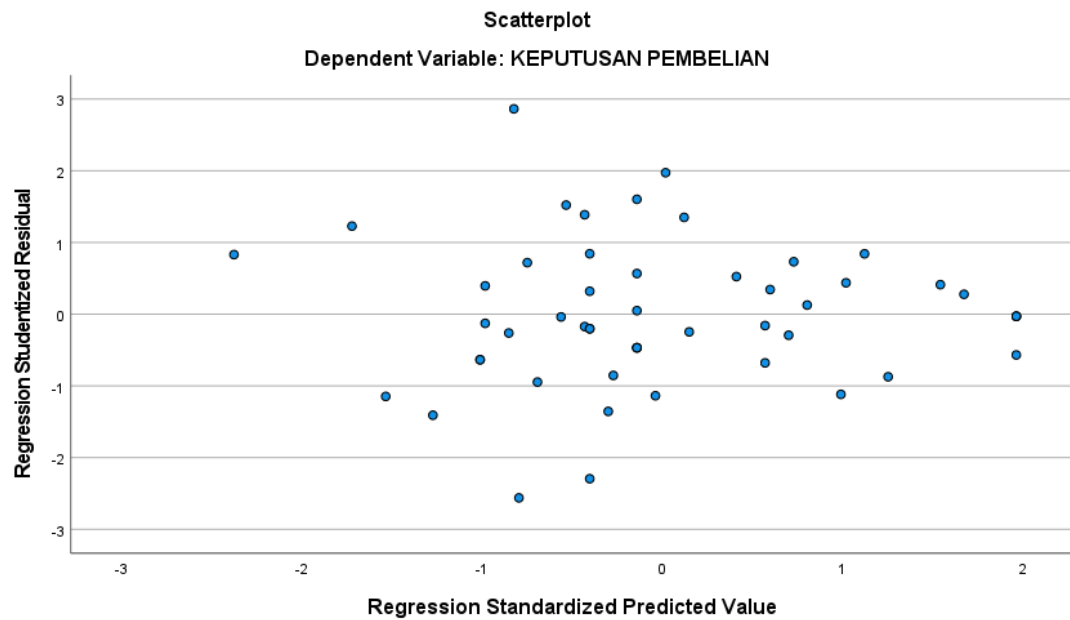
Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.303	2.383		1.806	.077		
	PEMASARAN DIGITAL MELALUI MEDIA SOSIAL	.572	.150	.523	3.817	.000	.537	1.862
	KESADARAN LINGKUNGAN	.258	.141	.251	1.832	.073	.537	1.862

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Uji Heteroskedasititas



Uji Analisis Linear Berganda

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KESADARAN LINGKUNGAN, PEMASARAN DIGITAL MELALUI MEDIA SOSIAL ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.718 ^a	.516	.495	1.95170

a. Predictors: (Constant), KESADARAN LINGKUNGAN, PEMASARAN DIGITAL MELALUI MEDIA SOSIAL

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	194.573	2	97.287	25.540	.000 ^b
	Residual	182.839	48	3.809		
	Total	377.412	50			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), KESADARAN LINGKUNGAN, PEMASARAN DIGITAL MELALUI MEDIA SOSIAL

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.303	2.383		1.806	.077		
	PEMASARAN DIGITAL MELALUI MEDIA SOSIAL	.572	.150	.523	3.817	.000	.537	1.862
	KESADARAN LINGKUNGAN	.258	.141	.251	1.832	.073	.537	1.862

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Uji Hipotesis

Uji t (parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.303	2.383		1.806	.077		
	PEMASARAN DIGITAL MELALUI MEDIA SOSIAL	.572	.150	.523	3.817	.000	.537	1.862
	KESADARAN LINGKUNGAN	.258	.141	.251	1.832	.073	.537	1.862

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	194.573	2	97.287	25.540	.000 ^b
	Residual	182.839	48	3.809		
	Total	377.412	50			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), KESADARAN LINGKUNGAN, PEMASARAN DIGITAL MELALUI MEDIA SOSIAL

Uji R (Koefisien Determinasi)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.718 ^a	.516	.495	1.95170

a. Predictors: (Constant), KESADARAN LINGKUNGAN, PEMASARAN DIGITAL MELALUI MEDIA SOSIAL

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

