

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perusahaan Industri <i>Green Kosmetik</i>	2
Tabel 1.2 Data Pertanyaan Pra Survei	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	37
Tabel 3.2 Skala Likert Instrumen.....	40
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.2 Umur	47
Tabel 4.3 Berapa kali anda melakukan pembelian di <i>The Body Shop</i>	48
Tabel 4.4 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Green Marketing	48
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i>	49
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Pengetahuan Produk	50
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Keputusan Pembelian.....	50
Tabel 4.8 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	52
Tabel 4.9 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi).....	54
Tabel 4.10 Uji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Fornell Larcker</i>)	56
Tabel 4.11 Hasil Pengujian <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	57
Tabel 4.12 Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	58
Tabel 4.13 Nilai R^2 Variabel Endogen.....	58
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Hipotesis	6072