

DAFTAR TABEL

No		HALAMAN
1.1	<i>Green Marketing</i> Starbucks	2
2.1	Hasil Penelitian Terdahulu	19
3.1	Skor Skala Likert	33
3.2	Definisi Operasional Variabel	36
3.4	Interprestasi Koefisien Korelasi Nilai r	38
4.1	Uji Validitas	46
4.2	Uji Reabilitas	48
4.3	Nilai Koefisiensi Regresi dan Uji t <i>Green Product</i> dan <i>green Advertising</i> terhadap Minat Beli	49
4.4	Nilai Koefisiensi Detreminasi <i>Green Product</i> dan <i>Green Advertising</i> terhadap Keputusan Pembelian...	50
4.5	Nilai Koefisiensi regresi dan Uji t <i>Green Product</i> , <i>Green Advertising</i> dan Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian	51
4.6	Nilai Koefisiensi Regresi dan Uji t <i>Green Product</i> dan Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian	52
4.7	Nilai Koefisiensi Detreminasi <i>Green Product</i> dan Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian... ..	53
4.8	Hasil Perhitungan Pengaruh	56

DAFTAR GAMBAR

No	Halaman	
1.1	Pra Survei tentang Starbucks yang Sudah menjamin produk yang ramah lingkungan	4
1.2	Pra Survei tentang penggunaan <i>Paper Bag</i> di Starbucks ...	5
1.3	Pra Survei tentang tumbler yang dikeluarkan	6
1.4	Pra Survei ketertarikan membeli produk Starbucks melalui iklan ramah lingkungan	6
1.5	Pra Survei tentang program <i>green marketing</i> menjadi perubahan perilaku konsumen ramah lingkungan	7
2.1	Model Penelitian	32
3.1	Model Analisis Jalur	39
3.2	Hubungan Kasual pada Sub-Struktur 1	40
3.3	Hubungan Kasual pada Sub-Struktur 2	41
4.1	Responden berdasarkan Jenis Kelamin	43
4.2	Responden berdasarkan Usia	44
4.3	Responden berdasarkan Pekerjaan	44
4.4	Responden berdasarkan Frekuensi	45
4.5	Tahap I Analisis Jalur	51
4.6	Tahap II Analisis Jalur	54
4.7	Analisis Jalur Gabungan Tahap 1 dan 2	54

DAFTAR LAMPIRAN

No	Halaman	
Lampiran 1	Lembar Kuesioner	67
Lampiran 2	Tabulasi 30 Data Karakertistik 155 Responden.	73
Lampiran 3	Tabulasi Pre-test 30 Responden	74
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas 30 Responden	75
Lampiran 5	Hasil Uji Reabilitas 30 responden	79
Lampiran 6	Tabulasi 155 responden	80
Lampiran 7	Uji analisis Jalur	81