

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengetahuan responden mengenai <i>eco-label</i>	7
Gambar 1.2 <i>Eco-label</i> sebagai bahan pertimbangan pembelian produk	8
Gambar 1.3 Pengetahuan responden mengenai <i>eco-brand</i>	9
Gambar 1.4 <i>Eco-brand</i> sebagai bahan pertimbangan pembelian produk.....	10
Gambar 1.5 Iklan bertema lingkungan mempengaruhi kesadaran terhadap lingkungan	11
Gambar 1.6 Iklan bertema lingkungan dapat mempengaruhi untuk membeli produk ramah lingkungan	12
Gambar 1.7 Kepercayaan responden terhadap produk yang memiliki <i>eco-label</i> dan <i>eco-brand</i> memang ramah lingkungan	13
Gambar 2.1 Proses keputusan pembelian	25
Gambar 2.2 Kerangka pemikiran	32
Gambar 3.1 Tahapan pelaksanaan penelitian	40
Gambar 3.2 Klasifikasi kategori penilaian persentase dalam garis kontinum....	50
Gambar 4.1 Garis kontinum variabel <i>eco-label</i>	62
Gambar 4.2 Garis kontinum variabel <i>eco-brand</i>	64
Gambar 4.3 Garis kontinum variabel <i>environmental advertisement</i>	66
Gambar 4.4 Garis kontinum variabel perilaku pembelian konsumen	68
Gambar 4.5 Grafik normal p-plot.....	70
Gambar 4.6 Grafik hasil uji scatterplot	72