

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pemahaman Responden Mengenai <i>Eco Lable</i>	7
Gambar 1.2	Pertimbangan <i>Eco Lable</i> dalam Melakukan Perilaku Pembelian	8
Gambar 1.3	Pemahaman Responden mengenai <i>Eco Brand</i>	9
Gambar 1.4	Pertimbangan <i>Eco Brand</i> dalam Mempengaruhi Perilaku Pembelian	9
Gambar 1.5	Iklan dan Kesadaran Konsumen Terhadap Lingkungan ..	10
Gambar 1.6	Iklan yang Ramah Lingkungan dapat Mempengaruhi Konsumen dalam Membeli Produk Ramah Lingkungan .	11
Gambar 1.7	Kepercayaan Konsumen Terhadap Produk yang Memiliki <i>Eco Lable dan Eco Brand</i> yang Ramah Lingkungan	12
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	29
Gambar 3.1	Tahapan Penelitian	35
Gambar 3.2	Klasifikasi Kategori Penilaian Presentase dalam Garis Kontinum	43
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	53
Gambar 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	54
Gambar 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Produk yang Dibeli	55
Gambar 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Membeli Produk	56
Gambar 4.8	Garis Kontinum Variabel <i>Eco Lable</i>	58
Gambar 4.9	Garis Kontinum Variabel <i>Eco Brand</i>	60
Gambar 4.10	Garis Kontinum Variabel <i>Environmental Advertising</i>	61
Gambar 4.11	Garis Kontinum Variabel Perilaku Pembelian Konsumen	63
Gambar 4.12	Grafik Normal P-P Plot	64