

DAFTAR TABEL

| | |
|---|-----|
| Tabel 1. 1 Kegiatan Aqua Yang Terkait Kegiatan Ramah Lingkungan | 16 |
| Tabel 1. 2 Index Digital AMDK Tahun 2019 | 17 |
| Tabel 1. 3 Top Brand Index Kategori Air Minum Dalam Kemasan Tahun 2017-2019 | 18 |
| Tabel 1. 4 Tanggapan Konsumen Tentang Green Brand Image, Green Brand Trust, Green Brand Awareness dan Green Brand Satisfaction Terhadap Purchase Intention Pada Konsumen Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua (Studi Kasus Masyarakat Boyolali, Jawa Tengah) | 19 |
| | |
| Tabel 2. 1 Ulasan Skripsi Terdahulu..... | 36 |
| Tabel 2. 2 Ulasan Jurnal Nasional..... | 44 |
| Tabel 2. 3 Ulasan Jurnal Internasional | 49 |
| | |
| Tabel 3. 1 Operasional Variabel..... | 58 |
| Tabel 3. 2 Instrument Skala Likert..... | 61 |
| Tabel 3. 3 Kriteria Interpretasi Skor | 65 |
| Tabel 3. 4 Hasil Pengujian Validitas..... | 67 |
| Tabel 3. 5 Hasil Pengujian Reliabilitas | 72 |
| | |
| Tabel 4. 1 Perincian Penyebaran Kuesioner Penelitian | 77 |
| Tabel 4. 2 Tanggapan Responden Mengenai Green Brand Image (X_1)..... | 82 |
| Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Mengenai Green Brand Trust (X_2) | 86 |
| Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Mengenai Green Brand Awareness (X_3) | 89 |
| Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Mengenai Green Brand Satisfaction (X_4)..... | 92 |
| Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Mengenai Purchase Intention (Y)..... | 95 |
| Tabel 4. 7 Tabel Kolomogrov Smirnov Test | 100 |
| Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolonearitas..... | 101 |
| Tabel 4. 9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda..... | 103 |
| Tabel 4. 10 Hasil Uji F..... | 106 |
| Tabel 4. 11 Hasil Uji- T | 108 |
| Tabel 4. 12 Besarnya Pengantuh Secara Parsial | 109 |
| Tabel 4. 13 Tabel Uji Koefisien Determinasi | 110 |
| Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Hipotesis | 115 |