

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Restoran cepat saji terbesar di Indonesia	5
Tabel 1.2 Waktu Penelitian.....	13
Tabel 2.1 Referensi Skripsi Terdahulu	19
Tabel 2.2 Referensi Jurnal Nasional	20
Tabel 2.3 Referensi Jurnal Internasional.....	22
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	29
Tabel 3.2 Pembobotan Skala Jawaban	32
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas	35
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas	36
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas	37
Tabel 3.6 Persentasi Kriteria Interpretasi skor	38
Tabel 3.7 Interval Koefisien Korelasi	41
Tabel 4.1 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Green Product	47
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Green Price.....	48
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Green Place	49
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Green Promotion	50
Tabel 4.5 Tanggapan Keseluruhan Responden Mengenai Variabel Green Marketing	52
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Strength of Brand Association	53
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Uniqueness of Brand Association	54
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai dimensi Favourable of Brand Association.....	55
Tabel 4.9 Tanggapan Keseluruhan Responden Mengenai Variabel Brand Image	56
Tabel 4.10 Hasil Olah MSI Variabel Green Marketing	58
Tabel 4.11 Hasil Olah MSI Variabel Brand Image.....	59
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	61
Tabel 4.13 Hasil Analisis Korelasi	63
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	64
Tabel 4.15 Hasil Koefisien Determinasi	64
Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis.....	66