

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Monthly Wesbite Visits</i> (Juli – September 2023) .....	13
Tabel 1.2 <i>Total Website Visits</i> (Juli – September 2023) .....	14
Tabel 1.3 Komparasi <i>brand</i> kategori “Perawatan Diri” dan sub kategori “ <i>Body Mist</i> ” .....	15
Tabel 1.4 Komparasi <i>brand</i> kategori “Perawatan Diri” dan sub kategori “ <i>Body Butter/Body Cream</i> ” . .....	15
Tabel 1.5 Jumlah Transaksi Pembelian The Body Shop Periode Oktober 2021 – Maret 2021 menurut Sitompul & Rosa (2024) .....	16
Tabel 1.3 Jadwal Penelitian.....	19
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.1 Operasionalisasi dan Skala Pengukuran Variabel .....	40
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	48
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	49
Tabel 4.6 Distribusi Tanggapan Terkait <i>Green Marketing</i> .....	50
Tabel 4.7 Distribusi Tanggapan Terkait Variabel Produk.....	52
Tabel 4.8 Distribusi Tanggapan Terkait Variabel Kepuasan Konsumen .....	54
Tabel 4.9 Distribusi Tanggapan Terkait Variabel Loyalitas Konsumen .....	56
Tabel 4.10 <i>Loading Factor</i> Pengolahan Data Tahap Pertama.....	59
Tabel 4.11 <i>Loading Factor</i> Pengolahan Data Tahap Kedua.....	60
Tabel 4.12 <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	61
Tabel 4.13 HTMT.....	62
Tabel 4.14 <i>Fornell-Lacrker Criterion</i> .....	62
Tabel 4.15 <i>Cross Loading</i> .....	63
Tabel 4.16 <i>Reliability</i> dan <i>Cronbach’s Alpha</i> .....	64
Tabel 4.17 <i>R-Square</i> .....	64
Tabel 4.18 <i>Q-Square</i> .....	65
Tabel 4.19 Goodness of Fit (GoF).....	66
Tabel 4.20 Direct Effect .....	68
Tabel 4.21 Indirect Effect.....	69