

DAFTAR TABLE

Tabel 1. 1	Daftar Penghargaan dan Pengakuan Starbucks 2009-2011	3
Tabel 1. 2	Daftar pengembangan cangkir sekali pakai starbucks	5
Tabel 1. 3	Pengetahuan konsumen terhadap program starbucks tumbler	14
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu	37
Tabel 2. 2	Penelitian Terdahulu Skripsi	37
Tabel 2. 3	Jurnal Internasional	45
Tabel 3. 1	Variabel Operasional	54
Tabel 3. 2	Uji Validitas <i>Green promotion</i>	62
Tabel 3. 3	Uji Validitas <i>Consumer Behavior</i>	63
Tabel 3. 4	Hasil Uji Realibilitas	65
Tabel 3. 5	Kriteria Penilaian Berdasarkan Persentase	66
Tabel 4. 1	Tanggapan Responden Mengenai <i>Advertising</i>	76
Tabel 4. 2	Tanggapan Responden Mengenai <i>Sales Promotion</i>	80
Tabel 4. 3	Tanggapan Responden Mengenai <i>Public Relation</i>	82
Tabel 4. 4	Tanggapan Responden Mengenai <i>Direct Sales</i>	84
Tabel 4. 5	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai <i>Green Promotion</i>	86
Tabel 4. 6	Tanggapan Responden Mengenai Faktor social	87
Tabel 4. 7	Tanggapan Responden Mengenai Faktor personal	90
Tabel 4. 8	Tanggapan Responden Mengenai Faktor Budaya	92
Tabel 4. 9	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai <i>Consumen Behavior</i>	94
Tabel 4. 10	Analisis Regresi Linear Sederhana	97
Tabel 4. 11	Uji Koefisien Determinas	98