

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 <i>Rating Green Cosmetic Product</i> dalam <i>Top Brand Index</i>	9
1.2 Tanggapan Konsumen Terhadap <i>Green Product</i> Oriflame	10
2.1 Skripsi Terdahulu	21
2.2 Jurnal Nasional	25
2.3 Jurnal Internasional	29
3.1 Variabel Operasional <i>Green Product</i> dan <i>Brand Image</i>	38
3.2 Instrumen Skala Likert	39
3.3 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Green Product</i> Dan <i>Brand Image</i>	45
3.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Green Product</i> Dan <i>Brand Image</i>	46
3.5 Kriteria Interpretasi Skor	50
4.1 Perincian Penyebaran Kuesioner Penelitian	54
4.2 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Labelling</i>	58
4.3 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Packaging</i>	60
4.4 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Product Perception</i>	62
4.5 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Green Product</i>	64
4.6 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Product Attributes</i>	65
4.7 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Consumer Benefits</i>	67
4.8 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Brand Personality</i>	69
4.9 <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	74
4.10 Hasil Uji Multikolinearitas	76
4.11 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	76
4.12 Hasil Uji t	78
4.13 Hasil Uji Koefisien Determinan	79