

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tampilan <i>E-Commerce</i> Toko <i>Organic</i>	1
Gambar 1.2 Logo Perusahaan Toko <i>Organic</i>	2
Gambar 1.3 – 1.28 Produk Perusahaan Toko <i>Organic</i>	3
Gambar 1.29 Grafik Persebaran Akses Pembelian Produk Organik	19
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	31
Gambar 3.1 Langkah - Langkah Penelitian Kuantitatif : Survei	45
Gambar 4.1 Usia Responden	56
Gambar 4.2 Jenis Kelamin Responden	57
Gambar 4.3 Pendidikan Responden.....	57
Gambar 4.4 Pekerjaan Responden	58
Gambar 4.5 Jenis Produk Ramah Lingkungan Paling Sering Dibeli Responden... 58	
Gambar 4.6 Frekuensi Pembelian Produk Ramah Lingkungan.....	59
Gambar 4.7 Pengeluaran Berbelanja Produk Ramah Lingkungan	59
Gambar 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Environmental Knowledge</i>	62
Gambar 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Environmental Attitude</i>	63
Gambar 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Green Purchase Intention</i>	63
Gambar 4.11 Hasil Uji Normalitas	64
Gambar 4.12 Hasil P-P Plot Uji Normalitas.....	65
Gambar 4.13 Model Jalur Substruktur 1 X terhadap Y	65
Gambar 4.14 Coefficients Sub Structur 1	66
Gambar 4.15 Model Summary Sub Structur 1	66
Gambar 4.16 Koefisien Jalur X terhadap Y	67
Gambar 4.17 Model Jalur Struktur 2 pengaruh X,Y terhadap Z	68
Gambar 4.18 ANOVA Sub Struktur 2	68
Gambar 4.19 Coefficients Jalur Sub Struktur 2.....	69
Gambar 4.20 Model Summary Sub Struktur 2.....	70
Gambar 4.21 Model Summary Sub Struktur 2.....	71
Gambar 4.22 Hubungan Kausal Sub Struktur 1 dan Sub Struktur 2	71

Gambar 4.23 Hasil Uji T	73
Gambar 4.24 Hasil Uji T	74
Gambar 4.25 Hasil Uji F (X dan Y terhadap Z)	75
Gambar 4.26 Garis Kontinum <i>Environmental Knowledge</i>	76
Gambar 4.27 Garis Kontinum Environmental Attitude	77