

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Merek Lokal dengan Konsep Keberlanjutan di Instagram	14
Tabel 1.2 Hasil Pra-Survei Purchase Intention	15
Tabel 1.3 Hasil Pra-Survei Brand Image	17
Tabel 1.4 Hasil Pra-Survei Enviromental Awareness.....	18
Tabel 1.5 Hasil Pra-Survei Price	20
Tabel 2.1 Kajian Penelitian Internasional Terdahulu.....	46
Tabel 2.2 Kajian Penelitian Nasional Terdahulu	50
Tabel 3.1 Oprasional Variabel	73
Tabel 3.2 Skala Ordinal.....	80
Tabel 3.3 Pengumpulan Data	85
Tabel 3.4 Kriteria Interpretasi Skor	89
Tabel 4.1 Klasifikasi Interpretasi Skor Persentase.....	97
Tabel 4.2 Rekapitulasi Variabel Enviromental Awareness.....	99
Tabel 4.3 Klasifikasi Dimensi Enviromental Awareness	100
Tabel 4.4 Rekapitulasi Variabel Price.....	102
Tabel 4.5 Klasifikasi Dimensi Price.....	103
Tabel 4.6 Rekapitulasi Variabel Brand Image	105
Tabel 4.7 Klasifikasi Dimensi Brand Image	106
Tabel 4.8 Rekapitulasi Variabel Purchase Intention	108
Tabel 4.9 Klasifikasi Dimensi Purchase Intention	109
Tabel 4.10 Rekapitulasi Variabe Age	111
Tabel 4.11 Nilai Loading Factor untuk Setiap Indikator	114
Tabel 4.12 Nilai AVE untuk Setiap Konstruk	114
Tabel 4.13 Validitas Diskriminan Menggunakan Fornell-Larcker Criterion.....	115

Tabel 4.14 Validitas Diskriminan Menggunakan Heterotrait-Monotrait Ratio..	116
Tabel 4.15 Nilai Cronbach's Alpha untuk Setiap Konstruk	117
Tabel 4.16 Nilai R-square	120
Tabel 4.17 Nilai Q-Square	121
Tabel 4.18 Nilai VIF untuk Setiap Konstruk	122
Tabel 4.19 Hasil Uji Mediasi	123
Tabel 4.20 Hasil Uji Moderasi	126
Tabel 4.21 Hasil Uji Hipotesis dan Signifikansi.....	127
Tabel 4.22 Importance dan Performance pada Level Konstruks	132
Tabel 4.23 Importance dan Performance pada Level Indikator	137
Tabel 4.24 Korelasi Antar Metode Analisis.....	157