

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Program yang diadakan <i>Tupperware, Think Green It's Fun, Tupperware Smart Shopper</i>	4
Gambar 1.2 Program <i>loyalty</i> yang dilakukan <i>Tupperware, Be a Smart Shopper</i> ...	5
Gambar 1.3 Logo Tupperware Brands Corporation	6
Gambar 1.4 Suhu global permukaan daratan dan lautan yang diperkirakan sepanjang januari sampai oktober pada tahun 2018.....	7
Gambar 1.5 survey <i>Top Brand Award</i> pada tahun 2018 pada fase 1 dengan kategori “ <i>Plastic Container Food</i> ”	11
Gambar 1.6 survey <i>Top Brand Award</i> pada tahun 2018 pada fase 1 dengan kategori “ <i>Botol Minuman/ Tumbler</i> ”	12
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Pengaruh <i>Green Brand</i> Terhadap <i>Green Purchase Intention</i> Pada Studi Kasus Pada <i>Tupperware</i>	33
Gambar 3.1 Klasifikasi Penilaian Persentase Dalam Garis Kontinum	61
Gambar 4.1 Struktur Analisis Variabel Penelitian secara Keseluruhan.....	78
Gambar 4.2 Diagram Jalur Model Lengkap/Nilai <i>Path Coefficient</i>	79
Gambar 4.3 Garis Kontinum pada Variabel <i>Green Brand Positioning</i>	81
Gambar 4.4 Garis Kontinum pada Variabel <i>Green Brand Knowledge</i>	86
Gambar 4.5 Garis Kontinum pada Variabel <i>Attitude Toward Green Brand</i>	91
Gambar 4.6 Garis Kontinum pada Variabel <i>Green Purchase Intention</i>	97
Gambar 4.7 <i>bootstrapping</i>	105
Gambar 4.8 Kurva Uji Hipotesis 1.....	108
Gambar 4.9 Kurva Uji Hipotesis 2.....	109
Gambar 4.10 Kurva Uji Hipotesis 3.....	111
Gambar 4.11 Kurva Uji Hipotesis 4.....	112
Gambar 4.12 Hasil pengujian terhadap model penelitian	121