

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kampanye #KerenTanpaNyampah	3
Gambar 1. 2 Logo The Body Shop	4
Gambar 1. 3 Berbagai Alasan Konsumen Membeli Produk Ramah Lingkungan	11
Gambar 1. 4 Pengaruh Produk Green Marketing Terhadap Preferensi Belanja Konsumen	15
Gambar 1. 5 Review Buruk Harga Produk The Body Shop	22
Gambar 1. 6 Pangsa Pasar The Body Shop.....	23
Gambar 2. 1 Pengguna Tertinggi Produk The Body Shop di	39
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	51
Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian	66
Gambar 3. 2 Garis Kontinum	76
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	83
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	83
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	84
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	85
Gambar 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	86
Gambar 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Produk yang Dibeli	87
Gambar 4. 7 Gambar Garis Kontinum Variabel Green Marketing.....	89
Gambar 4. 8 Gambar Garis Kontinum Variabel Repurchase Intention	92
Gambar 4. 9 Gambar Garis Kontinum Variabel Environmental Literacy	95
Gambar 4. 10 Gambar Garis Kontinum Variabel Financial Literacy	97
Gambar 4. 11 Outer Loading	98