

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Table 1.1 Jumlah Perguruan Tinggi di Indonesia 2016/2017 | 5 |
| Tabel 2.1 Fungsi Merek Bagi Konsumen | 15 |
| Table 2.2 State of The Art (SOTA) | 28 |
| Tabel 3.1 Karakteristik Penelitian..... | 33 |
| Table 3.2 Penilaian Kuesioner | 35 |
| Tabel 3.3 Operasional Variabel | 36 |
| Tabel 3.4 Total Mahasiswa Angkatan 2014 dan 2015..... | 41 |
| Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas | 43 |
| Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas..... | 45 |
| Tabel 3.7 Klasifikasi Persentase Penilaian | 46 |
| Tabel 4.1 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 1 | 56 |
| Tabel 4.2 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 2 | 57 |
| Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 3 | 58 |
| Tabel 4.4 Fakultas dan Prodi Universitas Telkom..... | 59 |
| Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 4 | 60 |
| Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 5 | 61 |
| Tabel 4.7 Akumulasi Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Awareness</i> | 62 |
| Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 6 | 63 |
| Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 7 | 64 |
| Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 8 | 5 |
| Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 9 | 66 |
| Tabel 4.12 Akumulasi Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Association</i> | 67 |
| Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 10 | 68 |
| Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 11 | 69 |
| Tabel 4.15 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 12 | 70 |
| Tabel 4.16 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 13 | 71 |
| Tabel 4.17 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 14 | 72 |
| Tabel 4.18 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 15 | 73 |
| Tabel 4.19 Akumulasi Tanggapan Responden Terhadap <i>Perceived Quality</i> | 74 |

| | |
|--|----|
| Tabel 4.20 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 16 | 75 |
| Tabel 4.21 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 17 | 76 |
| Tabel 4.22 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 18 | 77 |
| Tabel 4.23 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 19 | 78 |
| Tabel 4.24 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 20 | 79 |
| Tabel 4.25 Akumulasi Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Loyalty</i> | 80 |
| Tabel 4.26 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 21 | 81 |
| Tabel 4.27 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 22 | 82 |
| Tabel 4.28 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 23 | 83 |
| Tabel 4.29 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 24 | 84 |
| Tabel 4.30 Akumulasi Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Equity</i> | 85 |
| Tabel 4.31 Pengaruh Variabel X terhadap Y Secara Simultan | 86 |
| Tabel 4.32 Hasil Pengujian Secara Simultan | 87 |
| Tabel 4.32 Pengujian <i>Brand Awareness</i> Secara Parsial | 88 |
| Tabel 4.34 Pengujian <i>Brand Association</i> Secara Parsial | 89 |
| Tabel 4.35 Pengujian <i>Perceived Quality</i> Secara Parsial | 90 |
| Tabel 4.36 Pengujian <i>Brand Loyalty</i> Secara Parsial | 91 |
| Tabel 4.37 Korelasi Antar Variabel Bebas | 93 |
| Tabel 4.38 Besaran Koefisien Jalur | 94 |
| Tabel 4.39 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung <i>Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, dan Brand Loyalty</i> Terhadap <i>Brand Equity</i> | 95 |