

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1 Variabel Operasional.....	22
Tabel 3.2 Desain Pengukuran Skala Likert Menurut Sugiyono.....	25
Tabel 3.3 Uji Validitas N = 40.....	28
Tabel 3.4 Uji Reliabilitas Variabel X_1 N = 40.....	30
Tabel 3.5 Uji Reliabilitas Variabel X_2 N = 40.....	30
Tabel 3.6 Uji Reliabilitas Variabel Y N = 40.....	30
Tabel 4.1 Perincian Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	37
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	39
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	40
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	41
Tabel 4.7 Uji Normalitas.....	42
Tabel 4.8 Uji Multikolinieritas.....	42
Tabel 4.9 Uji Heteroskedastisitas.....	43
Tabel 4.10 Uji Autokorelasi.....	44
Tabel 4.11 Persepsi Responden Tentang Pernyataan Saya tahu ada kafe yang bermerek Warunk Upnormal.....	44
Tabel 4.12 Persepsi Responden Tentang Pernyataan Saya mengingat ada merek Warunk Upnormal.....	45
Tabel 4.13 Persepsi Responden Tentang Pernyataan Warunk Upnormal memiliki makanan/minuman yang enak.....	45
Tabel 4.14 Persepsi Responden Tentang Pernyataan Warunk Upnormal memberikan pelayanan yang baik.....	46
Tabel 4.15 Persepsi Responden Tentang Pernyataan Saya mengingat Warunk Upnormal saat ingin nongkrong dengan teman.....	46
Tabel 4.16 Persepsi Responden Tentang Pernyataan Saya mengingat Warunk Upnormal saat ingin makan Indomie dengan cara baru.....	46
Tabel 4.17 Persepsi Responden Tentang Pernyataan Saya senang saat berada di Warunk Upnormal.....	47

Tabel 4.18	Persepsi Responden Tentang Pernyataan Saya pergi ke Warunk Upnormal saat saya ingin berkumpul bersama teman.....	47
Tabel 4.19	Skor jawaban responden terhadap item-item pernyataan pada variabel <i>Brand Equity</i> (X_1).....	48
Tabel 4.20	Persepsi Responden Tentang Pernyataan Saya sering merekomendasikan Warunk Upnormal karena pelayanannya yang baik.....	49
Tabel 4.21	Persepsi Responden Tentang Pernyataan Saya mendapatkan informasi Warunk Upnormal dari kerabat.....	50
Tabel 4.22	Persepsi Responden Tentang Pernyataan Saya mendapatkan informasi Warunk Upnormal saat berada di Warunk Upnormal.....	50
Tabel 4.23	Persepsi Responden Tentang Pernyataan mendapatkan informasi Warunk Upnormal dari media sosial.....	50
Tabel 4.24	Skor jawaban responden terhadap item-item pernyataan pada variabel <i>Word of Mouth</i> (X_2).....	51
Tabel 4.25	Persepsi Responden Tentang Pernyataan Warunk Upnormal menarik perhatian saya.....	52
Tabel 4.26	Persepsi Responden Tentang Pernyataan Saya menyadari Warunk Upnormal yang saya butuhkan.....	53
Tabel 4.27	Persepsi Responden Tentang Pernyataan Saya mengingat ada kafe bernama Warunk Upnormal.....	53
Tabel 4.28	Persepsi Responden Tentang Pernyataan <i>Tagline</i> (slogan) Warunk Upnormal “Pelopor Indomie Kekinian” membuat saya ingin mencoba menu andalan mereka.....	53
Tabel 4.29	Persepsi Responden Tentang Pernyataan Saya ingin membeli makanan/minuman di Warunk Upnormal.....	54
Tabel 4.30	Persepsi Responden Tentang Pernyataan Saya melakukan pemesanan di Warunk Upnormal.....	54
Tabel 4.31	Persepsi Responden Tentang Pernyataan Saya sering datang dan memesan menu di Warunk Upnormal.....	55
Tabel 4.32	Skor jawaban responden terhadap item-item pernyataan pada variabel Keputusan Pembelian (Y).....	55
Tabel 4.33	Persamaan Regresi Linier Berganda.....	57
Tabel 4.9	Hasil Uji t.....	58

Tabel 4.10 Hasil Uji F.....	59
Tabel 4.11 Hasil Koefisien Determinasi.....	60